



UER TOURISME

UER  
Tourisme

## **Tourisme et mondialisation : problèmes conceptuels et méthodologiques**

**Working Paper N° 5 - 2011**

Mathis Stock & Andreea Antonescu

# **Tourisme et mondialisation : problèmes conceptuels et méthodologiques**

## **Working Paper N° 5 - 2011**

Mathis Stock & Andreea Antonescu

Institut Universitaire Kurt Bösch (IUKB)  
UER Tourisme  
Case postale 4176  
CH-1950 SION 4  
Suisse

[Mathis.stock@iukb.ch](mailto:Mathis.stock@iukb.ch)  
[Andreea.antonescu@iukb.ch](mailto:Andreea.antonescu@iukb.ch)  
[tourisme@iukb.ch](mailto:tourisme@iukb.ch)  
<http://www.iukb.ch/>

Tél. : +41 27 205 73 00  
Fax : +41 27 205 73 01

## Table des matières

<b>Introduction .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Mondialisation : un concept pour décrire quelle réalité ?.....</b>	<b>8</b>
<b><i>1.1. La mondialisation du Monde : émergence d'un espace mondial.....</i></b>	<b>9</b>
1.1.1. L'espace pertinent par l'accessibilité accrue et les liens d'interdépendance entre lieux géographiques.....	10
1.1.2. Le changement d'échelle .....	11
<b><i>1.2. Mondialisation de quoi ?.....</i></b>	<b>13</b>
1.2.1. Multiples mondialisations .....	13
1.2.2. Des chaînes d'interdépendances plus longues, plus complexes, plus intenses et plus diverses .....	15
1.2.3. Conclusion.....	17
<b><i>1.3. Dimensions spatiales : les réseaux à l'échelle mondiale comme dispositif spatial..</i></b>	<b>18</b>
1.3.1. World-city and « world-cityness » .....	18
1.3.2. La mise en réseau comme processus de mondialisation .....	22
<b>2. Conceptualiser la mondialisation touristique et la touristification du Monde .....</b>	<b>23</b>
<b><i>2.1. Touristification du Monde : d'une approche de diffusion à une approche de circulation.....</i></b>	<b>24</b>
2.1.1. Apports et limites de la diffusion touristique .....	24
2.1.2. La circulation de « moments de lieu ».....	26
2.1.3. L'application du « regard touristique » sur le Monde entier.....	27
<b><i>2.2. La mondialisation du tourisme comme émergence d'un « champ touristique mondial » ?.....</i></b>	<b>29</b>
2.2.1. Systèmes touristiques .....	29
2.2.2. Configuration touristique, champ touristique : vers une approche géographique .....	31
2.2.3. Conclusion.....	36
<b><i>2.3. Conclusion.....</i></b>	<b>36</b>
<b>3. Une triangulation méthodologique pour construire les données.....</b>	<b>37</b>
<b><i>3.1. Processus de mondialisation.....</i></b>	<b>39</b>
3.1.1. De quelles données a-t-on besoin ? .....	39
3.1.1.1. Mise en tourisme .....	40
3.1.1.2. Intermittences.....	40
3.1.1.3. Les qualités de lieu.....	42
3.1.2. Les guides touristiques comme source.....	42
3.1.3. La constitution du corpus .....	44
3.1.4. La construction des bases de données .....	51
3.1.5. Limites méthodologiques .....	54
<b><i>3.2. Mondialités touristiques.....</i></b>	<b>58</b>

3.2.1. Le catalogue des tour opérateurs .....	58
3.2.2. Les externalités positives des lieux touristiques : le capital touristique et hiérarchie mondiale des lieux touristiques .....	60
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>65</b>
<b>Références bibliographiques .....</b>	<b>67</b>
<b>ANNEXES.....</b>	<b>71</b>
<i>Annexe 1 : Les projets de la Banque mondiale en lien avec le tourisme (source : Banque mondiale) .....</i>	<i>72</i>
<i>Annexe 2 : la Charte du tourisme culturel – ICOMOS, 1976.....</i>	<i>79</i>

## Introduction

Le tourisme est un phénomène qui exprime d'un point de vue géographique les tensions et contradictions entre les lieux établis, centraux que sont les villes, et les lieux marginaux, périphériques que constituent depuis le début du 19<sup>ème</sup> siècle les stations balnéaires, de montagne, ainsi que la campagne. De ce fait, il est à la fois en phase spatialement avec l'émergence de l'Etat-nation et de sa tentative de contrôler un territoire, de domestiquer une nature sauvage et appréhendée comme étant risquée, mais en même temps décalé par l'émergence de lieux géographiques dont les qualités et le sens diffèrent radicalement des formes spatiales connues auparavant et dont la position géographique en font des périphéries. Certes, il s'agit de périphéries « associées », non pas « exploités » : le transfert d'urbanité est omniprésent et la périphéricité est codée comme relevant d'un « désir » ou d'une valeur positive<sup>1</sup>.

Ces associations pratiques/*topos* ont radicalement changé, une rupture s'est instaurée depuis l'émergence du tourisme au début du 19<sup>ème</sup> siècle, mais aussi depuis le tourisme de masse qui émerge entre 1920 et 1950<sup>2</sup>. Comme le propose l'équipe MIT (2011), le système touristique actuel peut être caractérisé comme étant « de masse, diversifié, mondialisé ». Il se pose donc la question de savoir si la mondialisation du tourisme s'effectue de la même manière comme association de lieux périphériques et intégration territoriale dans un nouvel espace pertinent, appelé « Monde » que la domestication ou bien si – notamment du fait de son caractère transnational – la modalité d'intégration territoriale est différente. Bref, quelle configuration spatiale a émergé et comment ce « champ touristique mondial » modifie la position (en termes d'importance ou de capital symbolique) des différents lieux touristiques les uns par rapport aux autres ? Voici l'une des questions majeures que soulève la mondialisation du tourisme.

Comprendre la mondialisation et le rôle joué par le tourisme nécessite de mettre en place un cadre théorique permettant d'enchaîner un certain nombre d'arguments et descriptions de façon pertinente. Etre capable de montrer des corrélations, c'est bien ; les mettre dans le bon sens, c'est mieux. Depuis maintenant 25 ans, les sciences sociales développent des outils d'observation du phénomène baptisé « mondialisation ». Une première question se pose : est-ce que la mondialisation est un phénomène inédit, original et singulier ou bien est-ce qu'on peut observer des processus semblables ? Est-ce que donc la mondialisation serait un cas particulier de processus d'intégration spatiale et de changement d'échelle que l'on observe sans cesse dans l'histoire de l'humanité ? Une deuxième question se pose : le concept « mondialisation » désigne-t-il l'émergence d'un espace commun, le Monde devenant un espace pertinent de l'humanité, un lieu géographique *in its own right*, ou bien s'agit-il d'un terme englobant et synthétisant une multitude de processus singuliers – accessibilité accrue, organisation des institutions à l'échelle mondiale, « *global sourcing* », marchés mondiaux, etc. - qui prennent la forme d'une mondialisation économique, culturelle, politique, sociale ?

---

1 Cf. Le « désir du rivage » dont parle Corbin (1988) et l'attraction du vide dont parle l'équipe MIT (2002).

2 Il existe différentes périodisations du tourisme. L'historienne Keitz (1997) date l'émergence du tourisme en Allemagne dans les années 1920. "Als Fazit bleibt, dass die in der Weimarer Republik einsetzende Phase des Aufbruchs in den modernen Massentourismus erst um 1960 zu Ende ging, als sich eine qualitativ neue Richtung abzeichnete und der moderne Massentourismus in die Phase seiner Ausgestaltung und Krise eintrat. Während auf der einen Seite das Reisen erst in dieser Zeit für die Mehrheit der Bevölkerung zum konstitutiven Bestandteil der alltäglichen Lebensführung wurde, setzte zugleich ein öffentlicher Bewusstseinswandel ein, der auf die Zerstörung der für den Tourismus unverzichtbaren natürlichen Umwelt reagierte" (Keitz, 1997, 290).

Il se pose, enfin, pour le lien entre « tourisme » et mondialisation, la question de savoir si la touristification du Monde est le problème central ou bien s'il s'agit plutôt de la mondialisation de pratiques touristiques, de touristes, de marchés touristiques et d'institutions touristiques qui est visé par le problème. Cette dernière option serait conforme aux multiples mondialisations – poussées d'intégration, de circulation, etc. – qui affectent l'ensemble des domaines sociaux, qu'il s'agisse des entreprises, des organisations professionnelles, les gouvernements, du sport, de l'art, de la migration, etc.

On le constate, avant de mettre en place une description et une tentative d'explication des processus de mondialisation, il convient de réfléchir aux multiples options conceptuelles qui s'offrent à nous afin d'avoir une prise sur le phénomène. Il s'agit alors ici dans ce texte de conceptualiser ce lien entre mondialisation et tourisme, car les contributions décisives ne sont pas légion. En effet, la question de la conceptualisation n'a pas été, jusqu'ici, le souci majeur des chercheurs. On constate surtout un transfert des façons de penser la mondialisation en général dans le domaine spécifique que constitue le tourisme. Ainsi, les chercheurs ont surtout mis l'accent sur la mondialisation économique du tourisme (Meethan, 2001). La position d'un pays, en l'occurrence l'Afrique du Sud, dans le système touristique mondial a également été au centre de l'investigation (Cornelissen, 2007). En effet, la recherche scientifique a encore amplement occulté largement le lien entre tourisme et mondialisation, notamment en raison d'un investissement de recherche portant sur le « tourisme international », fait de relations inter-étatiques au lieu de recherches portant sur les réseaux *transnationaux* du tourisme. Des contributions récentes (Go, 1996; Meethan, 2001; Cornelissen, 2001), proposent de considérer le tourisme comme un système mondial, mais restent au niveau de programme d'intention. Plus généralement, les recherches sur la mondialisation n'ont pas pris en compte la question du tourisme. Dans l'ensemble, il convient d'affirmer que les sciences sociales se sont longtemps calées sur l'objet « Etat », évacuant de ses questions d'autres niveaux géographiques pourtant indispensables à la compréhension de la complexité du Monde émergent (Lévy, Durand, Retaillé, 1992). A de rares exceptions près (Wahab et Cooper, 2001 ; Cornelissen, 2005 ; Gay et Violier, 2007 ; Coeffé, Pébarthe et Violier, 2007), le tourisme reste un angle mort dans le traitement de la mondialisation.

Dans la discussion du lien entre tourisme et mondialisation, cet aspect semble en effet crucial : le nombre d'endroits possibles pour la pratique touristique ont augmenté depuis 1800. Ainsi, les endroits où un droit d'accès pour touristes peut être exercé et l'éventail spatial pour les touristes est devenu plus différencié. D'où la nécessité de reconstruire la façon dont cette offre en termes spatiaux s'est développée. Les conditions spatiales changeantes pour les touristes sont alors dans le focus de la recherche, et pour l'instant la recherche est restée relativement muette sur le sujet et requiert une investigation systématique. On pourrait appeler ce projet une « géo-histoire du tourisme » si le terme n'était pas lié à une façon particulière de traiter les problèmes spatiaux dans le passé. En effet, Grataloup (2003) définit la géo-histoire comme une approche des problèmes spatiaux dans le passé, mais néglige du même coup les processus qui affectent le tourisme dans sa spatialité. Ce n'est pas le passé en tant que tel qui nous intéresse ici, ce sont les processus de développement du tourisme. Par là, l'enchaînement temporel et spatial a du sens, non pas en tant que passé, mais en tant que moment de passage, de relais. Ainsi, il s'agit moins de considérer le passé en tant que tel, mais comme un problème de changement social qui court sur les 200 dernières années, et dont la « direction » supposée réside dans la mondialisation du

tourisme par le truchement de l'émergence d'un ensemble de lieux touristiques qui n'est plus concentré en Europe uniquement.

Nous proposons donc ici une réflexion sur deux éléments cruciaux : d'une part, la question de la conceptualisation de la mondialisation du tourisme ; d'autre part, la question méthodologique : comment construire les données indispensables pour dire quelque chose de pertinent sur la mondialisation du tourisme ?

Dans un premier temps, nous travaillerons le concept « mondialisation » afin d'insérer notre réflexion dans une chaîne de propositions scientifiques. Dans un deuxième temps, nous travaillerons plus spécifiquement le problème du lien entre mondialisation et tourisme. Dans un troisième temps, nous mettrons en place une méthodologie pour la construction des données nécessaires à la connaissance empirique du phénomène.

## 1. Mondialisation : un concept pour décrire quelle réalité ?

Le terme «mondialisation» a reçu des sens très différents ; il est donc nécessaire de justifier l'emploi que nous en ferons ici. En même temps, il est important de discuter du bien-fondé des contributions faites en sciences humaines et sociales du traitement conceptuel et théorique du problème de la mondialisation. Loin de se vouloir exhaustif, nous souhaitons ici discuter quelques éléments centraux des définitions avec pour but de dégager un outillage conceptuel pour l'analyse du tourisme. Le contexte actuel est à la fois une nouvelle constellation du politique, de l'économique, du social et du culturel. En effet, on appelle « constellation post-nationale » (Habermas, 1995) la modification à la fois identitaire et politique de la vie en société : des « identités transnationales » (Appadurai, 1996) émergent. A la fois, l'émergence du Monde comme aire pertinente pour de multiples pratiques liées à la survie, et notamment professionnelles devient importante : les migrations, circulations migratoires et arrangements diasporiques en témoignent avec de multiples circulations, communications et liens « post-migratoires » qui sont maintenus avec les lieux de départ. Enfin, technologiquement, de multiples formes de télématique et de moyens de transport permettent des conditions d'accès nouvelles aux informations, aux biens, aux services, à la culture des autres.

En somme, de nouveaux liens sociaux émergent et rendent obsolète le seul problème de l'international. En tous cas, on peut poser la question de la pertinence du terme mondialisation qui remplace petit à petit la recherche sur l'international. Comme le dit Albrow (1997): "At the outset we need to bear in mind that the idea of the transnational came into prominent use first in the study of international relations in the context of the growth of international organizations and particularly relations between non-governmental bodies. The reason it did was clearly linked to this historical context. 'Trans-' was different from 'inter-', in the same way as relations between citizens of different nation-states are different from relations between governments and their representatives. In transnational relations boundaries are being crossed, rather than maintained or negotiated by state representatives ". Il y a donc déjà un passage opéré entre l'inter-national vers le trans-national. Cependant, il y a une multitude d'utilisations de ce terme : " Transnational relations may either be relations between national or ethnic groups which cross state boundaries or they may refer to the epigenesis of relations of a non-ethnic nature which cross state boundaries, which may be either of a state or a non-state kind. 'Trans-' then differs from 'inter-' as much as leaping across a boundary fence from passing through a border checkpoint. The difficulties arise from their origin in the historically specific discourse of nation states " (Albrow, 1996).

Afin d'être au clair concernant la façon dont le concept «mondialisation» est employé, nous discuterons ici différentes façons d'appréhender la mondialisation : I) comme concept désignant l'émergence d'un espace commun à l'échelle mondiale ; II) comme concept désignant un changement de niveau d'échelle de multiples processus ; III) comme allongement des chaînes d'interdépendances entre individus.



## 1.1. La mondialisation du Monde : émergence d'un espace mondial

"With the concept of 'globalization' we refer to the processes by which the world is being made into a *single place* with systemic properties" (Robertson & Lechner, 1985, souligné par nous). C'est par cette définition que Robertson et Lechner ouvrent une voie dans l'analyse de la mondialité et des processus de mondialisation qui depuis 25 ans ont changé le regard des sociologues, anthropologues et géographes sur le phénomène. Le contexte de découverte de cette définition a été la discussion, en sociologie, de l'objet désigné par le concept « société » et dont la quasi-totalité des sociologues entendait un ensemble d'humains, régi par des normes, au sein d'un Etat-nation. Certaines propositions avaient déjà été faites afin d'affiner les différentes formes d'organisation et de référent des humains : Luhmann (1984) proposait le terme « *Weltgesellschaft* » et Moore (1968) proposait l'idée d'un « world as singular system », Elias (1987) proposait la société mondiale comme une nouvelle forme d'organisation de l'humanité, Wallerstein (1979) l'approche du « world system ».

Pour Luhmann (1997) par exemple, « *Weltgesellschaft* » est appréhendé comme un système social fondé sur une communication intégrée : „Angesichts so heterogener Quellen der « Globalisierung » fehlt ein einheitlicher Gesellschaftsbegriff. Das systemtheoretische Konzept der Gesellschaft als eines operativ geschlossenen autopoietischen Sozialsystems, das alle anderen Sozialsysteme, also alle Kommunikation in sich einschließt, versucht, diese Lücke zu füllen» (Luhmann 1997, p. 171). La mondialisation fait émerger donc une communication entre systèmes sociaux situés, cette communication se faisant à l'échelle mondiale : „Wir vermuten, dass dafür die Vollentdeckung des Erdballs als eine abgeschlossenen Sphäre sinnhafter Kommunikation die ausschlaggebende Weiche gestellt hat. Die alten Gesellschaften hatten mit Grenzen rechnen müssen, die durch die Dinge selbst gegeben waren, hatten aber zugleich mit Beobachtungen und Kommunikationen gespielt, die diese Grenzen überschreiten und *admirabilia* in jedem Sinne thematisieren konnten. Diese Bedingungen haben sich seit dem 16. Jahrhundert allmählich und schließlich irreversibel verändert. Von Europa ausgehend wurde der gesamte Erdball «entdeckt» und nach und nach kolonialisiert oder doch in regelmäßige Kommunikationsbeziehungen eingespant » (Luhmann, 1997, p. 148) (italiques dans l'original).

Aujourd'hui, le terme « mondialisation » est tellement utilisé que l'on peut se demander s'il a encore une capacité heuristique ou s'il est déjà entré dans une phase de « *name-dropping* », c'est-à-dire un moment où le terme est utilisé de manière floue pour désigner tous les phénomènes qui ne sont pas saisissables par le seul recours à l'échelle nationale. Le fondement même du terme comme désignant un processus plutôt qu'un état semble être moins reconnu. De fait, « mondialisation » désigne souvent *l'existence* d'interdépendances au niveau mondial au lieu de se référer aux *processus d'émergence* d'un niveau d'échelle pertinent. Ceci pose des problèmes de communication majeurs, mais nous tenterons de distinguer clairement les différentes conceptualisations.

### 1.1.1. L'espace pertinent par l'accessibilité accrue et les liens d'interdépendance entre lieux géographiques

En géographie, Lévy (1999) insiste sur la dimension spatiale comme étant essentielle dans l'émergence d'un espace-monde. Il argumente même en faveur du Monde comme «lieu» au sens d'une annulation de la distance pertinente<sup>3</sup>. Le Monde comme «espace pertinent» (Lévy, 2008) signifie alors l'émergence d'un nouvel espace de possibilités (*Möglichkeitsraum*), c'est-à-dire l'élargissement des lieux accessibles pour une certaine pratique. Par exemple, faire fabriquer des vêtements en Chine se heurtait auparavant à un ensemble de règles juridiques qui interdisait à des fabricants non-chinois de s'y implanter ; migrer aux USA pour le travail depuis les Philippines ; etc. Cela signifie que le local, le régional, le national ne sont plus les seuls espaces pertinents, ayant des possibilités d'accès et d'exploitation. Il se rajoute maintenant une nouvelle dimension : celle mondiale. Ceci fait écho à l'idée de Robertson de la mondialisation comme "form in terms of which the world becomes 'united'" (1990, p.18). On peut en tirer la conséquence et définir la mondialisation comme «émergence du Monde comme espace, processus par lequel l'étendue planétaire devient un espace» (Lévy, 2003, p. 637). Il s'agit d'une définition exclusivement géographique, très concise, condensée, mais qui nous renvoie vers de nouveaux concepts : le Monde (avec majuscule) qui signifie désormais «le plus englobant des espaces habités par les humains (et qui) a pour étendue la planète Terre»<sup>4</sup> et l'espace «en tant qu'environnement»<sup>5</sup>. Ainsi, le Monde comme espace pertinent devient un problème à résoudre pour les multiples acteurs dans la *Lebenswelt*, et, partant, un problème scientifique.

En même temps, la mondialisation modifie les relations entre lieux géographiques et la position hiérarchique des lieux les uns par rapport aux autres. Comme le disent Dollfus, Grataloup, Lévy (1999), la mondialisation «modifie la place de tous les lieux et la valeur de tous les autres espaces» (p.81). Si l'on pense la relation entre les lieux géographiques comme un «réseau» de nœuds dont le changement de position de l'un modifie la position hiérarchique des autres, on peut en effet voir à l'œuvre un changement radical avec l'incorporation de nouveaux participants aux transactions, populations qui en étaient auparavant exclues. Si cela modifie le champ économique – avec l'incorporation dans le système capitaliste un nombre toujours plus élevé de personnes, avec tous les gains financiers, et pertes d'autonomie que cela suppose – et le champ du politique – avec la perte d'autonomie des Etats-nations – la mondialisation a également des conséquences d'ordre spatial sur les positions des lieux géographiques les uns par rapport aux autres.

---

<sup>3</sup> Cette conceptualisation n'est pas reprise ici, car "lieu" ne signifie pas ici "annulation de la distance". En effet, le Monde n'est pas un lieu *en tant que tel*, mais seulement *pour* un certain phénomène, tout comme l'Etat-nation donné comme exemple par Jacques Lévy (1994, 1999) qui argumente comme suit : par le droit, l'Etat-nation crée un lieu, car du point de vue juridique tous les endroits sont traités de la même façon, mais seulement du point de vue du droit : cet "espace juridique" a la propriété d'être un espace sans distance pertinente, mais pour tous les autres dimensions spatiales la distance est pertinente. De la même façon, le Monde n'est un lieu que pour une morale des droits de l'homme depuis 1948 et de la communication par e-mail. Mais pour tous les autres problèmes, les multiples distances changent certes sans cesse, mais restent pertinentes. Le Monde reste donc un problème spatial à résoudre.

<sup>4</sup> L'Invention du Monde : une géographie de la Mondialisation, Les Presses Sciences Po, Paris, 2008, p. 393.

<sup>5</sup> Ibid., p. 391.

L'émergence de nouveaux endroits possibles pour les transactions les plus diverses signifie une mise en concurrence de lieux qui n'étaient pas, auparavant, en concurrence.

Pour le tourisme, cet élément est patent : l'extension des pratiques touristiques des Anglais d'abord en méditerranée, ensuite en Asie du Sud-Est a contribué à affaiblir les traditionnelles stations balnéaires britanniques qui, pour beaucoup, sont devenues des lieux non-touristiques. Un autre exemple : les «vacances d'hiver» des Européens - classiquement un marché exclusif pour les stations de sports d'hiver en Europe – changent de sens. Les stations alpines sont dorénavant en concurrence avec des destinations touristiques tropicales ou subtropicales. C'est ainsi une illustration, à un niveau de précision encore insuffisant, de ce changement de position des lieux touristiques les uns par rapport aux autres, suite à l'extension de l'écoumène touristique à l'ensemble de la planète, et l'émergence de nouveaux lieux, auparavant non intégrés, pour les pratiques touristiques. Cette intégration est d'une part faite par le secteur marchand qui propose des produits et rend ainsi accessible les lieux auparavant non accessibles aux touristes. Un élément crucial est aussi la domestication de lieux auparavant non-urbanisés dont l'aménagement permet également l'accès aux touristes. D'autre part, par les pratiques touristiques non-marchandes qui s'associent à des endroits différents et modifient par là-même la *position* des lieux touristiques anciennement constitués ou établis.

En effet, comme le dit Dollfus : « La valeur des lieux joue toujours. Sa nature n'est pas seulement économique, mais aussi politique et symbolique. Et les lieux - ou certains d'entre eux - prennent une valeur qui n'est plus seulement locale ou régionale mais qui devient mondiale car elle se pose alors en rapport avec cette échelle » (Dollfus, 1997, p.63). «Valeur» des lieux ou «avantages comparatifs des lieux» sont des expressions qui permettent justement d'analyser les positions relatives des lieux touristiques les uns par rapport aux autres. Ces relations changent avec la mondialisation : O. Dollfus (1997) décrit les différentes implications de la mondialisation pour des individus de statut social et de revenu différents, et conclue : «Ce lieu, espace de résidence des uns et des autres, ne crée pas de solidarité, et les rapports au local, à la France, à l'Europe et au monde sont différents pour chacun » (p. 118).

Deux idées fondamentales et primordiales peuvent être retenues. D'abord, le local ne peut se comprendre sans l'imbrication des processus à des échelons géographiques différents (régional, national, européen, mondial). Ensuite, le local n'est plus *nécessairement* un espace de solidarité puisque les relations que les individus tissent avec les différents lieux dans le monde sont différenciées.

### 1.1.2. Le changement d'échelle

La mondialisation est « le produit de l'ensemble des diffusions, des échanges et communications entre les différentes parties de l'humanité » (Dollfus, Grataloup, Lévy, 1999, p. 81). Il s'agit d'un processus qui opère à l'échelle de la planète. Ainsi, on appréhende des éléments dont le niveau d'organisation se situe à l'échelle mondiale. Les relations économiques, politiques, culturelles se situent aujourd'hui massivement à ce niveau d'échelle. Comme le dit Dollfus (1990), « nombreux phénomènes (...) fonctionnent en interaction et (...) sont difficilement intelligibles si l'on ne prend pas en compte l'environnement qui s'étend parfois à l'ensemble de la planète » (Dollfus,

1990, p. 276). Le même auteur définit l'espace Monde comme « l'espace de transaction de l'humanité, tissé par les échanges de toute nature, de biens, d'informations, d'hommes. Un espace de diffusion d'idées, de cultures, de règles, de pratiques, d'objets, étendu à la planète Terre » (Dollfus, 1994, p. 5).

Si l'on tient à distinguer « mondialisation » en tant que processus et la « mondialité » en tant que fonctionnement à l'échelle mondiale, c'est ce *processus de changement d'échelle* qui semble décisif qui justifie l'usage du terme « mondialisation ». « La mondialisation est (...) comme le produit de l'ensemble des diffusions, des échanges et communications entre les différentes parties de l'humanité. C'est donc un processus qui indure chaque jour un peu plus le niveau le plus haut de l'échelle géographique : il induit plus de mondial, de « mondialité » (...), il modifie la place de tous les lieux et la valeur de tous les autres espaces. Le processus suscite à la fois homogénéisation et différenciation, insertion et résistance. C'est l'ensemble de ces interactions entre niveaux géographiques qui constitue la nouveauté du Monde contemporain » (Dollfus, Grataloup, Lévy, 1999, p. 81-82).

Ainsi, la mondialisation serait un changement d'échelle dont la spécificité réside dans l'émergence de l'échelon mondial, mais où les processus de changement d'échelle existent communément : changement de l'aire d'influence d'un lieu central dans le domaine commercial ou administratif, passage à l'état-nation pour un processus politique, passage des règles locales de football aux règles nationales de la Football Association en Angleterre (Elias & Dunning, 1994), etc. Ainsi compris, la mondialisation est le changement d'échelle vers le mondial d'un grand nombre d'éléments et de domaines sociaux. Cependant, ces multiples changements d'échelle peuvent aussi être vus comme étant une poussée d'intégration totale : Selon Michel Beaud, il y aurait une mondialisation appelée « accession à la dimension mondiale » (Beaud, 1999, p. 207-208), qui ouvre la voie de la mondialisation à l'humanité. La mondialisation est vue comme « mouvement organique englobant », c'est-à-dire « un processus dans le cadre duquel des réalités déterminantes (productives, monétaires, financières, culturelles, environnementales, etc.) se développent de manière organique à l'échelle de la planète en influent de façon marquante l'ensemble des réalités sociales régionales, nationales et locales ».

C'est ainsi que l'on peut comprendre l'émergence du Monde comme espace, en transformant une étendue (difforme) en espace. Autrement dit avec les concepts de Raffestin, la « territorialisation », c'est-à-dire l'émergence d'un territoire, d'un espace signifiant qui s'appelle « Monde ». Lévy (2000) propose même de catégoriser ce Monde comme « lieu », en raison de la non-pertinence de la distance qui régit le fonctionnement. En tous cas – peu importe finalement la différence sémantique, car en substance, on veut exprimer un processus identique –, la transformation d'une étendue non-appropriée en espace signifiant est le caractère essentiel de ce mouvement. Les multiples coopérations nécessaires pour définir les limites territoriales – des frontières terrestres entre Etats, de la souveraineté de l'air (*Lufthoheit*), de la souveraineté de la mer (zone exclusive) jusqu'à définir des « *commons* », l'Antarctique, en constituent l'une des indications. Les multiples coopérations pour relier les lieux géographiques les uns aux autres – câbles maritimes, zone horaires, Greenwich Mean Time – en sont d'autres. L'institution d'organisations internationales compétentes dans la création des standards mondiaux du point de vue du droit, des normes, etc. en sont d'autres.

## 1.2. Mondialisation de quoi ?

A part ces tentatives de traitement de la mondialisation comme processus englobant, nombre d'auteurs s'intéressent aux différentes modalités à travers lesquelles différents éléments du monde social se mondialisent. Mondialisations économique, sociale, culturelle, politique sont ainsi distinguées. Il convient de noter que la dimension économique a été dominante dans la conceptualisation, au point de réserver un terme « globalisation » à la mondialisation économique et financière<sup>6</sup>. Ainsi, on peut réfléchir sur les multiples mondialisations des réalités sociales. Dans cette entreprise, on peut distinguer deux faces de la mondialisation : mondialisante et mondialisée. En effet, comme le propose Lévy (2008), « une réalité sociale située est mondialisante si elle «exporte» ses productions vers le reste du Monde, elle est mondialisée si elle «importe» les production venant d'ailleurs ». Ceci ouvre en effet à une analyse précise des liens d'interdépendance entre lieux géographiques d'une part, et, d'autre part, aux multiples éléments de la vie sociale qui sont susceptibles d'être mondialisés et/ou mondialisants.

### 1.2.1. Multiples mondialisations

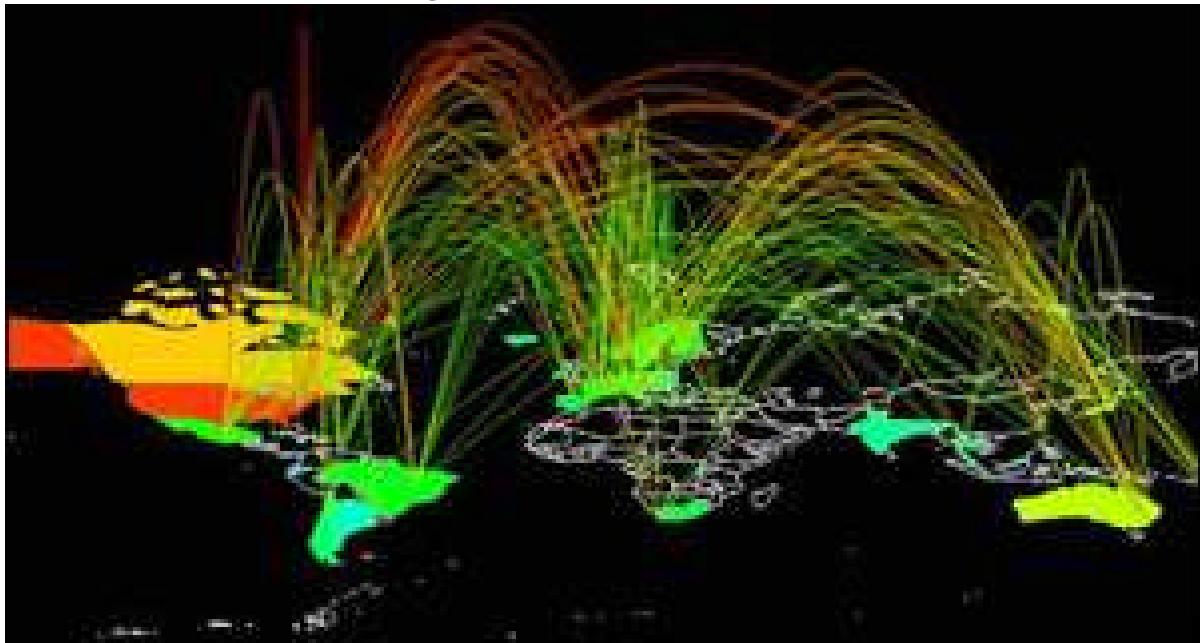
Pour ces mondialisations, les technologies spatiales sont importantes. Dollfus défend la thèse de « la mise en place des sociétés informationnelles, fondées sur le développement de réseaux sans cesse plus performants, au sein desquels la distance kilométrique ne joue plus ou joue moins » (Dollfus, 1999, p. 208). En effet, la télématique qui permet de communiquer et de maintenir des liens entre personnes – ce que Casilli (2010) appelle les « liaisons numériques » - font fi de la distance kilométrique et augmente l'accessibilité des lieux par rapport aux informations. C'est en effet un point crucial qui se trouve aussi chez Manuel Castells. Pour Castells, la mondialisation est « une révolution technique, centrée sur des procédés informationnels, (qui) remodèle à un rythme accéléré les matériels de la société. Les économies deviennent partout mondialement interdépendantes et introduisent ainsi une nouvelle forme de relation entre l'économie, l'Etat et la société, dans un système à géométrie variable » (Castells, 1998, p. 21). Dans la même veine, mondialisation signifie aussi une accessibilité accrue des lieux du Monde. Rendre les lieux accessibles constitue une action spatiale importante, permettant aux individus d'accéder actuellement aux lieux.

Mettre l'accent sur la technologie comme moteur du développement est certes un procédé classique dans l'explication du changement social, paraît à la fois pertinent et non suffisant. Si en effet les instruments tels que téléphone et Internet facilitent la gestion quotidienne de la mondialité et donc l'intensité des relations mondiales, ils n'expliquent pas pour autant l'émergence de ces interdépendances dont *l'intensité*, et non pas l'existence, se modifie.

---

<sup>6</sup> Cf. Dagorn (1999 ; 2008) pour une reconstruction minutieuse du concept.

**Fig. no. 1 – Relations mondiales**



Source : [Atlas de cybergeography. Dodge](#)

Si les technologies spatiales ouvrant l'accessibilité et la communication sont importantes, elles n'expliquent ni la variété des mondialisations ni la différence entre, par exemple, la mondialisation du football et la mondialisation de la finance. En effet, il convient d'analyser différentes mondialisations qui peuvent être pointées :

1. La mondialisation *culturelle* est traitée par l'exemple du sport où l'on montre comment différents sports se modifient dans les manières de faire lors que la circulation mondiale est enclenchée (Singaravelou, 2009). Le monde entier joue au football, la FIFA ayant davantage de membres que l'ONU. Les modes de vie sont convergents dans les classes moyennes des grandes villes ; les séries télévisées et les productions de films se diffusent dans la majeure partie des villes. Les cultures sont déterritorialisées (Appadurai), des éléments culturels sont hybridisés à travers la circulation.

2. Mondialisation *économique* que David Harvey pense en termes de " spatial fix " du capitalisme qui serait nécessairement dans un mouvement d'expansion géographique : " capitalism's insatiable drive to resolve its inner crisis tendencies by geographical expansion and geographical restructuring. The parallel with the idea of a "technological fix" was deliberate. Capitalism, we might say, is addicted to geographical expansion much as it is addicted to technological change and endless expansion through economic growth. Globalization is the contemporary version of capitalism's long-standing and never-ending search for a spatial fix to its crisis tendencies " (Harvey, 2001, p.24-25). En effet, la mondialisation économique peut être appréhendée comme étant l'intégration d'un nombre toujours plus important d'acteurs dans le capitalisme, c'est-à-dire une forme d'action où les échanges monétaires sont primordiales. Comme le montre l'analyse de H. de Soto (200X), la transformation des propriétés souvent collectives par des titres de propriété individuels est ici l'élément central pour la mise en marché, l'obtention du crédit et donc du

capital pour agir en tant qu'entrepreneur ou investisseur. Les taux de croissance élevés de l'économie mondiale depuis 1850 par rapport à des périodes antérieures de croissance faible (Bairoch, 1996) s'expliquent en partie par cette expansion du capitalisme. L'une des caractéristiques de l'économie réside dans la mondialisation de la production, de la division du travail et "value chains", et de la mondialisation des marchés de consommation. La mondialisation des sources d'approvisionnement (*global sourcing*) pour les entreprises (facteurs de production) et pour les habitants (produits de consommation) sont aujourd'hui les éléments constitutifs de l'économie mondiale. La mondialisation de la finance et l'émergence de marchés mondiaux de la finance produit des marchés mondiaux parmi les plus intégrés, avec des centres de la finance mondiale étroitement associé aux centres off-shore fait aussi partie de cette mondialisation économique (Palan, *Offshore worlds*).

3. La mondialisation *politique* : Graz (2007) explique notamment le passage d'une conceptualisation de la souveraineté étatique – l'Etat contre le marché mondial – vers l'analyse d'objets, d'espaces et de sujets hybrides montre les relations de pouvoir. A la question «qui gouverne ? » les chercheurs répondent par la localisation des instances de pouvoirs en de multiples endroits, formels et informels. Notamment l'expansion des différentes organisations de coordination à l'échelle mondiale peut être notée : Held (1999, 53) comptabilise 37 organisations inter-gouvernementales (IGO) et 176 organisations non-gouvernementales (INGO) en 1909 et, en 1996, 260 IGOs and 5,472 INGO.

4. mondialisation de la *ville* : la recherche s'est concentrée sur l'émergence de « villes mondiales », c'est-à-dire sur les villes qui ont des fonctions de contrôle et d'influence mondiales, notamment à travers l'exercice du pouvoir politique, financier, économique (Friedmann, Castells, Sassen, Taylor). Nous sommes là à un tournant majeur qui transpose les enseignements de l'influence des villes de l'échelle régionale vers l'échelle mondiale. Taylor et al. (2008) : "Following Jacobs (1969) and Castells (1996), cities can be seen as process, an internal clustering and external networking process. This 'city-ness' is an *extraordinary* generic force that has expanded economies across the times and spaces of civilization, taking the form of 'world city-ness', the linking of business interests across the world, in the present. The major advantage of thinking in these terms is that unlike place, processes can occur simultaneously in the same location " (*Area*, 40 (3), (2008), 411-415). En effet, c'est cette dialogique entre la concentration et l'agglomération synergétique d'activités et la mise en relation avec d'autres lieux, activités, ressources. La ville comme processus, non comme lieu est ainsi proposé par Taylor. Ce dernier point paraît cependant moins pertinent, car il s'agit de deux façons différentes de regarder le même phénomène : « lieu » comme concept pointant la localisation des activités, le processus pointant la temporalisation des activités. Les deux doivent être pensés ensemble, sinon cela n'a pas de sens.

### 1.2.2. Des chaînes d'interdépendances plus longues, plus complexes, plus intenses et plus diverses

Afin de proposer une description et une explication qui permet de comparer les différences et similitudes de ces différentes mondialisations, on peut recourir à la notion de « chaînes d'interdépendance ». Il s'agit là d'une des contributions les plus intéressantes de Norbert Elias



(1987) qui propose de mettre au centre de l'analyse du changement social *l'allongement* tendanciel des chaînes d'interdépendances. Il montre comment dans un changement de niveau d'organisation de l'unité de survie l'individu gagne en autonomie et crée des liens d'interdépendance plus longs, notamment en raison de la division du travail. "*Der Übergang zum Primat des Staates im Verhältnis zu Sippe und Stamm bedeutete einen Individualisierungsschub. Wie man sieht, bedeutet der Aufstieg der Menschheit zur dominanten Überlebenseinheit ebenfalls einen Individualisierungsschub. Als Mensch hat ein Individuum Rechte, die ihm auch der Staat nicht verweigern kann*" (ELIAS 1994, pp. 309-310).

Elias appréhende à la fois le passage d'un ordre social à un autre, et un allongement des chaînes d'interdépendances. Le passage vers l'État-nation est intéressant en ce qu'il permet en même temps une poussée de l'individualisation, et d'un nouveau «champ sociétal» où la régulation de la violence est entre les mains du nouvel échelon. "*Wenn sich ein Gewaltmonopol bildet, entstehen befriedete Räume, gesellschaftliche Felder, die von Gewalttaten normalerweise frei sind*" (Prozess d. Zivilisation, p.320). Les concepts «chaînes d'interdépendances", "(con)figuration", "champ sociétal» (*gesellschaftliches Feld*), «ordre d'interdépendances» ("*Verflechtungsordnung*") sont ici centraux.

Le processus de différenciation accrue – *Ausdifferenzierung* – est l'un des expressions et moteurs de l'allongement des chaînes d'interdépendance. Cette idée se retrouve dans la définition de la mondialisation de Michel Baud (1999) : la « multiplication et (de l') intensification des interdépendances au niveau mondial ». Nous appelons ici chaîne d'interdépendance l'ensemble des objets, personnes, institutions, argent etc. qui sont reliés entre eux dans les configurations d'humains et entre configurations d'humains. Classiquement appelé «division du travail», il s'agit d'une spécialisation accrue des métiers, mais aussi de la sous-traitance accrue, ainsi que l'invention de nouvelles tâches plus ou moins rémunérées au cours du développement. Les «réseaux de plus-value» (value chains, *Wertschöpfungsnetze*) sont aujourd'hui parmi les formes élémentaires de l'économie. On peut utiliser quatre éléments qui caractérisent la mondialité à travers les chaînes d'interdépendances :

I) *Longueur*. D'abord, il y a des chaînes plus longues. Cet allongement concerne d'une part la différenciation accrue et la division du travail accrue. La «*global care chain*» (Hochschild, 200X) est de ce point de vue un exemple frappant où le fait de prendre soin des enfants est organisé comme une «chaîne de valeur» économique : les mères philippines migrent à Los Angeles pour s'occuper des enfants d'une famille angelino, et laissent leurs enfants à une «nounou» locale, qui à son tour laisse ses enfants à une nounou, moins bien dotée économiquement qu'elle. Cette division du travail est patente dans les «global supply chain» des entreprises dont les sous-traitants sont toujours plus nombreux. Cet assemblage de n'importe quel service ou produit est aujourd'hui caractérisé par l'intervention d'une multitude de personnes qui toutes dépendent les unes des autres pour mener à bien le projet.

II) *Complexité*. La complexité réfère au nombre d'éléments et au nombre d'interdépendances entre les éléments. Un degré élevé de complexité des chaînes d'interdépendance consiste en une plus grande diversité et récursivité des éléments en interaction, avec des observateurs à de multiples niveaux.



III) *Intensité*. Par rapport aux époques précédentes, il s'agit d'une intensité accrue. Les «ethnoscapes» sont fondés sur des mobilités spatiales : 930 millions de franchissements de frontières en 2011 selon l'OMT indiquent cette intensité des interactions sur des distances longues.

IV) *Diversité*. Quelles intentionnalités? Que fait-on voyager? Toutes sortes de choses, pas seulement trois produits de luxe. Il s'agit d'un véritable espace commun, défini par les échanges.

Ces chaînes d'interdépendance longues et complexes ont une conséquence spatiale: elles engendrent des valeurs de lieux davantage différenciées. En effet, avec le constat des interdépendances accrues des lieux et des hommes à l'échelle planétaire on peut se poser la question si le Monde devient davantage homogène géographiquement ou s'il se diversifie davantage géographiquement, et dans quel sens. Au-delà d'un processus de mondialisation, on peut observer de multiples processus d'allongement des chaînes d'interdépendance qui ne se déroulent pas selon un seul schéma. La diffusion et l'interconnexion des chaînes de valeur dans l'industrie automobile, la diffusion du football, des lieux touristiques, des règles juridiques sur les produits financiers, des ordinateurs, d'Internet etc. sont à chaque fois différents, donc spécifiques.

Ce qui est important, c'est que la poussée d'intégration et d'allongement des chaînes d'interdépendances à l'échelle mondiale n'est pas la première de ce type : comme le montre l'exemple de l'intégration nationale au 19<sup>ème</sup> siècle, il y a des précédents. On peut donc comprendre la mondialisation comme un cas spécifique de poussées d'intégration. D'un point de vue géographique, l'allongement des chaînes d'interdépendances a des dimensions spatiales qui sont intéressantes à investiguer. Ainsi, l'échelle pertinente pour l'individu est mondiale pour les individus, car dépendants d'une division du travail accrue qui fait que les aliments, biens de consommation etc. viennent du monde entier: habitant de la société-Monde. La mondialité ne constitue pas quelque chose de séparé des pratiques, mais fait partie des pratiques d'espace. C'est que non seulement un nouveau *niveau d'échelle* a émergé pour de multiples événements - le niveau mondial -, mais aussi des agencements spatiaux mondialisants et mondialisés dont l'un des processus consiste à "annuler la distance" (Lévy, 2000)<sup>7</sup>.

### 1.2.3. Conclusion

Nous pouvons donc ici conclure d'une part à la multiplicité des mondialisations, qui se déroulent en matière sociale, culturelle, économique, politique, et, d'autre part, un principe explicatif concernant l'allongement et la complexification des chaînes d'interdépendance. Il est donc intéressant d'observer que ce que nous avons conceptualisé dans la section 1.2. comme «Mondialisation» (M majuscule), c'est-à-dire comme émergence d'un espace pertinent d'échelle mondiale est donc complété par de multiples «mondialisations» (m minuscule au pluriel). Le premier pouvant être vu comme étant la fabrication par les deuxièmes ; ceux-ci pouvant être vus comme les processus impulsés par le premier. Il s'agit donc d'un processus dialogique entre deux mouvements de fond. Nous avons donc une distinction importante à faire: entre un processus d'émergence d'une société-Monde par l'émergence d'un lieu singulier, que

---

<sup>7</sup> C'est ce que Lévy (2000) appelle créer le Monde comme "lieu".

l'on appelle Monde par *une Mondialisation*, et un processus de diffusion et d'intégration de multiples produits, services, objets, informations etc. qui forment les *multiples mondialisations*.

### **1.3. Dimensions spatiales : les réseaux à l'échelle mondiale comme dispositif spatial**

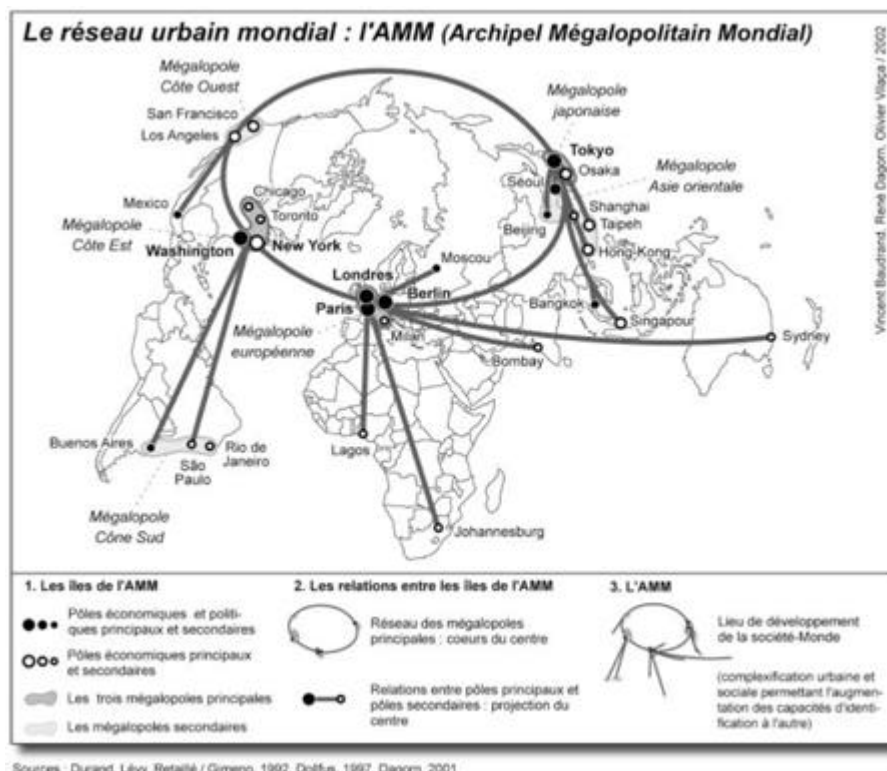
La Mondialisation comme processus de fabrication d'un espace pertinent d'échelle mondiale passe par plusieurs éléments : l'interconnexion d'un ensemble de lieux dont les interdépendances se font à l'échelle mondiale, et l'émergence de lieux *mondialisants*, donc de centralité mondiale pour un certain nombre de fonctions urbaines. On peut penser la dimension spatiale de ces processus comme l'émergence et la reproduction de réseaux (urbains) à l'échelle mondiale. En géographie, nous avons deux façons d'appréhender les réseaux (Lévy, 2003) : d'une part comme expression des réseaux techniques – tels que réseaux ferroviaires, viaires, aériens, égouts etc. – et d'autre part comme ensemble de lieux inter-reliés entre eux – tels que les réseaux urbains. Ces deux types de réseaux sont aujourd'hui structurés à l'échelle mondiale. Il existe des exemples de réseaux techniques – les câbles sous-marins, *backbone* Internet, routes aériennes, routes maritimes – qui permettent la circulation de flux à l'échelle mondiale. Notamment les routes aériennes avec les infrastructures associées des aéroports sont importantes pour la mondialisation du tourisme.

Nous souhaitons approfondir un élément qui deviendra important pour la mondialisation des lieux touristiques : les réseaux urbains à l'échelle mondiale, car il s'agit là d'un moyen pour appréhender la mondialisation du tourisme, appréhendés à travers les réseaux de lieux touristiques mondiaux. Tout un ensemble de recherches ont émergé depuis une dizaine d'années qui porte l'intérêt cognitif sur les villes dont le rayonnement est mondial. On appelle aujourd'hui « *global city* » ces métropoles à rayonnement mondial, c'est-à-dire les métropoles dont les fonctions urbaines sont « mondialisantes ». Le « *world city network* » est défini comme l'ensemble des villes à rayonnement mondial qui sont interreliées entre elles (Taylor, 2000). Ainsi, nous nous focaliserons sur le processus de mondialisation comme processus affectant des *lieux géographiques*.

#### **1.3.1. World-city and « world-cityness »**

Une première tentative a été faite par Friedmann et Wolf (1982) qui ont travaillé sur la « ville mondiale ». Sassen (1996) a pris le relais et a fait des propositions importantes afin de comprendre la structuration spatiale de l'économie. Dollfus (1990) propose la notion d'Archipel Mégalopolitain Mondial afin de désigner l'ensemble des villes les plus importantes ; Durand, Lévy & Retailé (1992) proposent une image cartographique où apparaissent le réseau urbain mondial.

**Fig. no. 2 – L'Archipel Mégapolitain Mondial**



Source : Durand, Lévy, Retaille /Gimeno, 1992, Dollfus, 1997, Dagorn, 2001.

Afin de caractériser davantage les différentes villes et leurs interdépendances, depuis une dizaine d'années, les recherches dans ce domaine ont été accomplies par le réseau de chercheurs au sein du GaWC, dirigé par Peter Taylor à Loughborough. Ils mettent en évidence un réseau de villes qui sont fortement interconnectées entre elles et qui concentrent les fonctions économiques et politiques les plus importantes. Un nouveau phénomène, celui d'un réseau de villes à l'échelle mondiale, est alors construit bien que l'on ait du mal à s'accorder sur un vocabulaire commun : Taylor & Lang (2004) passent en revue un certain nombre de concepts qui existent pour décrire cette nouvelle réalité mondiale de l'urbain : Cities in global matrices, Global city network, Global city system, Global network of cities, Global network of nodes and hubs, Global urban hierarchy, Global urban network, Global urban system, Global web of cities, Hierarchical global system of urban places, Nodes in global networks of institutional arrangements, World city actor network, World city network, World city system, World relations of cities, World system of cities, World urban system, Worldwide grid of global cities, Worldwide grid of strategic places<sup>8</sup>.

Il s'agit de 315 villes dont les fonctions urbaines ont surtout trait aux services aux entreprises et aux fonctions politiques. Ces villes ont été classées dans un premier temps en alpha, beta, gamma afin de les ordonner selon leur importance hiérarchique. Mais, comment imaginer la formation d'un réseau de villes mondiales ? Taylor (2000) donne la réponse suivante :

<sup>8</sup> Taylor, P. J. and R. E. Lang (2004) "The Shock of the New: 100 concepts describing recent urban change" *Environment and Planning A*

" The world city network is an unusual type of network which has three layers (Taylor, 2001b). There are the nodes which are the cities, above them a supra-nodal level which is the world-economy in which the network operates, and below at the sub-nodal level there are the advanced producer service firms, the occupiers of the huge office towers which typify the contemporary metropolis. Most networks in social science are constituted by just the first two levels but in this case the third level is not just a surprising add on, it is the critical layer in network formation. The major advanced producer service firms initially needed to open offices in cities across the world in order to keep servicing their corporate clients as the latter globalized. In the process many came to develop their own global strategies to offer a 'seamless' global service in a corporate services world market. This involved setting up offices staffed by professional practitioners across all the leading cities of the world. It is the combination of these many firm's office networks which have created today's world city network. Thus world city network formation is the product of location decisions at level three in the tripartite network structure ".

On voit d'emblée comment la réduction à un certain type de villes mondiales est effectuée : celle des services aux entreprises. L'argument implicite pour justifier ce choix réside dans la valeur ajoutée supérieure de ce genre de services par rapport aux services à la personne. Cependant, il est intéressant d'observer :

" In world city network the net is the worldwide set of inter-city relations, the nodes are the cities, and there is an additional sub-nodal level of the firms. The latter are not just additional, they are crucial as the agents, the network makers. Thus in this model it is not the nodes – cities - that make the network, and therefore cities are not reified as actors in their own right. As the agents, it is firms that are the subjects of this research, with cities as the object, the outcome of the process being modelled " (Taylor et al. " World Cities in Globalization ", *GaWC Research Bulletin* 263).

Ce point est crucial, et mérite réflexion : les entreprises sont vues comme étant les acteurs principaux qui font les réseaux urbains mondiaux. Ceci est certainement pertinent, mais sous-estime les acteurs individuels, par exemple les migrants, qui font émerger les nœuds urbains mondiaux. Or, le tourisme repose sur la mobilité et un lieu urbain mondial est celui qui accueille les touristes du monde entier, et gagne en pouvoir économique par ce biais.

Fig. no. 3 - Cartogramme des villes mondiales

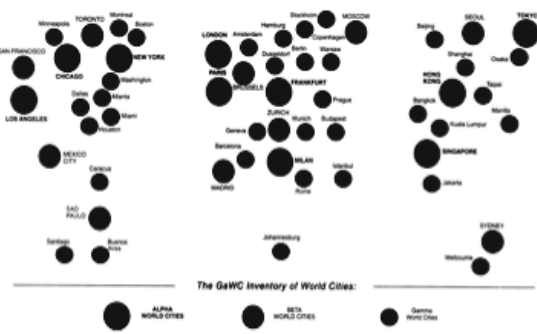
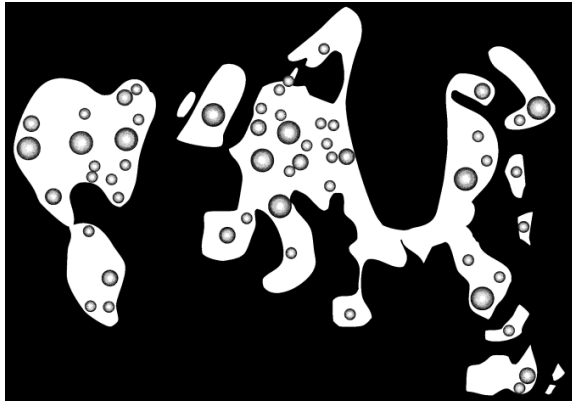
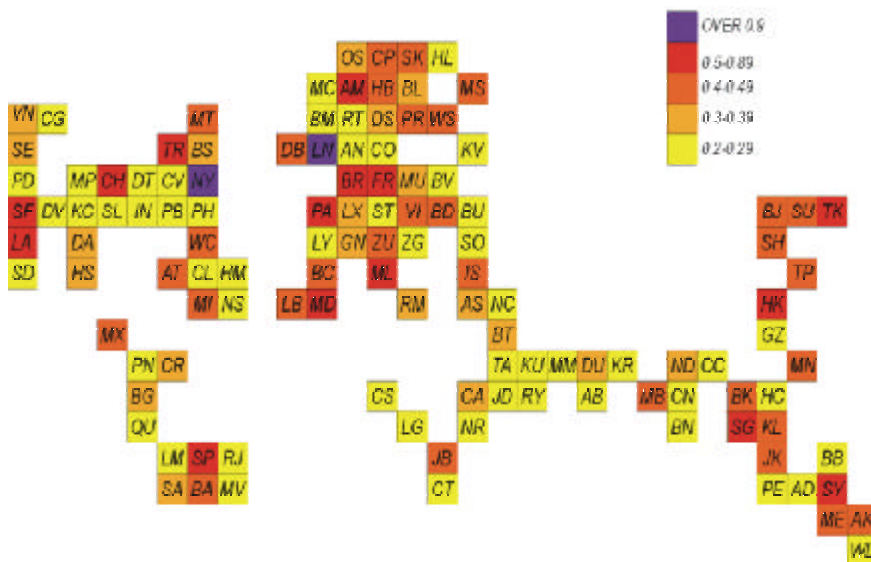


Fig. 2. The roster of world cities

Source : Taylor (2000)

Taylor tente d'imaginer une structure spatiale du monde fondée sur les villes mondiales. D'une part, les villes mondiales sont représentées selon leur importance relative les unes par rapport aux autres, d'autre part, les contours des pays sont représentés par un cartogramme dont la forme est définie par l'importance relative des fonctions mondiales des villes. Cet ensemble urbain est fondé sur une sélection de 88 villes (fig. 4).

Fig. no. 4 - Interconnexions entre villes



Source : Taylor (2000)

Les limites sont les suivantes : le tourisme n'est pas pris en compte, ce qui fait que la sélection des villes mondiales ne tient pas compte des agglomérations dont le fonctionnement n'est pas de forme de centralité classique, mais développent des centralités proprement touristiques dont les outils traditionnels ne trouvent pas trace. Deux exemples pour étayer cette thèse. Dans le travail

de Derudder (2005), la mise en évidence des circulations mondiales des passagers entre les villes permet de tirer des conclusions sur la connectivité des villes en question. Cependant, en éliminant d'emblée de la perspective les lieux touristiques pourtant pourvus d'un aéroport international, on élimine en même temps les villes interconnectées mondialement. Par exemple, Palma de Mallorca (dont l'aéroport traite quinze millions de passagers internationaux en 2005, en grande majorité des Européens) ou Hurgada en Egypte, traitant plus de passagers internationaux que les principales villes états-uniennes. Derudder & Witlox (2005) travaillent sur le réseau des villes mondiales, en utilisant la base de données MIDT (Marketing Information Data Transfer) pour établir les liens entre villes à l'échelle mondiale sur la base des passagers aériens. La limite : ils excluent les relations par trains – important en Europe – et les lieux touristiques – car ils ont une vision pré-formatée du AMM : il s'agit de villes, donc la différenciation de l'urbain ne rentre pas en ligne de compte. De plus, ce n'est pas la mondialité des villes qui est appréhendé, seulement les liens entre villes pré-définies.

Cependant, il met sur une piste intéressante : travailler sur les positions relatives des lieux touristiques dans ce que nous appelons dorénavant un « champ touristique mondial » (Clivaz, Nahrath & Stock, 2011). Au lieu de travailler sur les villes les plus mondialisées, nous proposons de travailler sur les lieux touristiques dont les liens de coopération et de concurrence, d'innovation et d'imitation peuvent être examinés.

### 1.3.2. La mise en réseau comme processus de mondialisation

Cette réflexion sur le réseau urbain mondial pose la question de l'émergence de ce champ touristique mondial. Cette mise en réseau des lieux touristiques relève-t-elle d'un processus de mondialisation et d'urbanisation du monde ?

Nous faisons donc deux pas supplémentaires par rapport aux analyses classiques. Nous proposons d'une part d'aller au-delà de la notion de « city network » et de passer au *réseau urbain mondial*, en prenant en compte notamment les lieux touristiques les plus structurants : stations touristiques mondiales, villes touristiques mondiales qui fixent tous la circulation mondiale du capital, des personnes, des biens et de services. Ainsi, la mondialisation correspondrait à un processus d'émergence de *centralité* à l'échelle mondiale qui serait construite par de multiples acteurs des lieux urbains. Les *global spot*, stations touristiques mondiales, villes mondiales etc. seraient des lieux avec une centralité d'échelle mondiale, car devenant incontournables pour les habitants dans certaines situations. Nous pouvons donc déceler une certaine organisation spatiale dont l'une des bases est constituée par les villes dont les interrelations forment un réseau de villes. L'hypothèse est que ce réseau de villes constitue l'une des *conditions* spatiales – un des éléments d'un régime d'habiter – pour les différents acteurs dans leur habiter, leur conception d'espace, leurs actions spatiales. C'est précisément ce que Lussault (2003) appelle un « dispositif spatial », c'est-à-dire un arrangement qui est utilisé par les différents opérateurs, notamment les acteurs collectifs et privés comme ressource ou problème pour leur action.

D'autre part, c'est le processus d'émergence d'un champ touristique mondial, constitué de multiples lieux géographiques qui est au centre du questionnement. C'est ainsi que les lieux touristiques nouvellement produits à chaque changement de système touristique sont injectés

dans le système spatial, mais en même temps des lieux touristiques sont éjectés du système spatial. C'est cette production, reproduction et abîme de lieux touristiques sans cesse à l'œuvre depuis 200 ans qui est au centre de notre observation scientifique.

## 2. Conceptualiser la mondialisation touristique et la touristification du Monde

Le touristique peut être défini comme étant un rapport spécifique au monde, caractérisé par un mode d'engagement de distanciation ludique – un « controlled decontrolling » de l'autorégulation (Elias, 1986) – qui prend une forme spécifique en raison du dé-placement et une pratique *in situ* d'un lieu autre. La mondialité du tourisme, le fait que les déplacements touristiques se construisent aujourd'hui à l'échelle mondiale, avec des acteurs (tour opérateurs, chaînes hôtelières, organisations gouvernementales et non-gouvernementales) qui interviennent dans l'espace mondial, ne fait guère de doute. Encore convient-il d'en saisir les caractéristiques essentielles et de sélectionner les éléments pertinents dans pour la description et l'explication de cet état de fait.

S'il s'agit de progresser dans la conceptualisation du processus qui articule mondialisation et tourisme, on peut, en accord avec ce que nous avons construit dans le chapitre précédent, proposer deux éléments clés :

I) touristification du *Monde* : densification, concentration, dispersion accrue<sup>9</sup>. Il existe l'aspect de l'émergence d'un écoumène touristique mondial qui est issu d'une « diffusion » des lieux touristiques hors du foyer initial anglais et européen vers l'ensemble des continents, l'ensemble des pays, l'ensemble des régions. Analogue au processus d'urbanisation dont Lefebvre (1968) nous dit qu'il suit un axe spatio-temporel de 0% à 100%, on peut faire l'hypothèse d'un processus de touristification du Monde qui atteint aujourd'hui 100%.

II) mondialisation du tourisme : organisation d'une configuration à l'échelle mondiale. Dans une acception étroite, utilisée ici, la rotondité de la Terre, l'émergence d'un niveau d'échelle pertinent mondial, les interdépendances entre lieux dans un espace-Monde ainsi que les flux touristiques mondiaux sont les caractéristiques de ce processus de mondialisation dans le domaine du tourisme.

On peut se poser la question de savoir comment le tourisme, les pratiques touristiques ainsi que les producteurs d'espaces touristiques contribuent, depuis 200 ans, à la mondialisation, et comment la mondialisation économique, politique, sociale a des effets sur la structuration du tourisme. Mais, comment comprendre cette touristification du Monde ? Classiquement, une approche par la « diffusion spatiale » du phénomène est proposée, certes critiquée en raison de son caractère unidimensionnel (Equipe MIT, 2005). Ensuite, l'émergence de lieux touristiques qui constituent le caractère de « modèle » pour d'autres lieux géographiques. Ainsi, les notions de « haut-lieu » (Micoud, 1994 ; Debarbieux, 1995) ou « moment de lieu » (Equipe MIT, 2005) peuvent être mobilisées afin de penser une distribution croissante du tourisme dans le monde par

---

<sup>9</sup> Comment mesurer statistiquement cette dispersion ? carroyage !!



la circulation de quelques modèles. La recherche récente a pu reconstituer 33 modèles de lieux qui constituent depuis le 18<sup>ème</sup> siècle le modèle pour l'ensemble des lieux touristiques (Equipe MIT, 2005). Une troisième approche peut être mise en avant : l'émergence d'un « champ touristique mondial » comme processus où le capital touristique différentiel des lieux touristiques en général et des stations touristiques en particulier structure l'événement clé (Clivaz, Nahrath & Stock, 2010). Enfin, on peut noter l'émergence d'acteurs particuliers à l'échelle mondiale qui visent explicitement la production de lieux touristiques selon des normes mondiales : la Banque mondiale et UNESCO sont particulièrement visées.

Des réflexions sur la mondialisation des lieux touristiques (Violier, 2000) ou le progressive diffusion du tourisme dans le monde ont également été au centre de la réflexion (Violier, 2000; Equipe MIT, 2011). Il s'agit là de réflexions proches de nos préoccupations en ce que explicitement la question de l'expansion de « écoumène touristique » est posée. Car, le tourisme n'est pas qu'un phénomène économique : la mondialisation du tourisme est essentiellement réalisée par la mondialisation des « destinations » et les déplacements à l'échelle qui en résultent. De la même façon les circulations des modèles de lieux emblématiques à l'échelle mondiale semblent être essentielles (Equipe MIT, 2011, Coëffé, Pébarthe & Violier 2007).

D'autre part, la connaissance sur la mondialisation des pratiques touristiques reste lacunaire. La question de savoir si les pratiques touristiques nées en Europe se diffusent telles quelles dans toutes les sociétés ou bien si des innovations apparaissent lors de cette diffusion est une question de recherche cruciale qui n'a pas encore trouvé de réponse. La littérature considère jusqu'ici une *diffusion* des pratiques – par exemple « sea, sand, sun » - qui ferait partie d'une culture mondiale ou bien une „hybridisation“ (Appadurai, 1996). Ces évolutions sont encore peu étudiées dans le champ du tourisme, mais pourraient permettre, à terme, de mieux comprendre la façon dont la mondialisation touristique s'effectue.

## **2.1. Touristification du Monde : d'une approche de diffusion à une approche de circulation**

Comment penser la touristification du Monde, c'est-à-dire l'émergence d'un écoumène touristique mondiale, donc d'un espace habité touristiquement à l'échelle mondiale ? Comme le dit l'équipe MIT (2011), « la lecture diachronique des pratiques et l'observation de la diffusion spatiale permet de conclure à l'existence d'un *monde* du tourisme qui est dorénavant congruent spatialement avec *le Monde*. Ce monde du tourisme procède d'une complexification à travers la démultiplication des pratiques et les processus de création d'un écoumène touristique mondial devenu plus vaste, plus dense, plus divers. C'est un changement radical, un bouleversement total du monde du tourisme ».

### **2.1.1. Apports et limites de la diffusion touristique**

« Diffusion » est un concept classiquement important dans les approches géographiques, car le recours à ce concept permet de penser le passage d'une réalité sociale d'un endroit à un autre. Classiquement, on distingue plusieurs modalités de diffusion, allant de la diffusion hiérarchique



au sein d'un système urbain à la diffusion de « proche en proche » où les relations de proximité (distance de type topographique selon Lévy) comptent davantage que les effets de réseau (distance de type topologique selon Lévy). Que se diffuse-t-il ? Une innovation : classiquement, on associe étroitement la diffusion spatiale à l'émergence d'une innovation technique. Il permet ainsi de saisir le fait que dans un premier temps peu d'endroits sont en possession de l'innovation, et qu'au fil du temps, de plus en plus d'endroits sont en possession de l'innovation. Le « cycle de vie des produits » (Vernon) est ainsi transposé dans l'espace où les éléments se diffusent à un nombre de population toujours plus grand et à des endroits toujours plus nombreux.

Pour le tourisme, Boyer (2000) par exemple formule la diffusion du tourisme en ces termes : « Les diffusions, au contraire, reflètent la société dans laquelle elles se produisent. Une capillarité sociale fait « descendre » la pratique parmi les couches sociales proches, ainsi l'ensemble des rentiers ; l'image d'un ruissellement culturel est assez satisfaisante, à condition d'ajouter qu'à un moment donné, celui-ci s'arrête sur une strate imperméable : ici commence le non-public ; à telle époque – ainsi dans la majeure part du XIX<sup>e</sup> siècle –, le tourisme était en dehors de l'horizon culturel de la bourgeoisie manufacturière et commerçante. Les couches moins élevées dans la hiérarchie imitent celles qui sont au-dessus d'elles, sans inventer des formes propres de tourisme ; les rentiers font comme l'aristocratie ; autour de 1900, les « bourgeois » commencent à copier les oisifs ; vinrent ensuite les « couches sociales nouvelles », une partie des salariés ; certains, comme les enseignants (ils ont des congés longs), les cheminots (ils ne paient pas le train), sont mieux placés que d'autres pour s'approprier les lieux et les pratiques de tourisme de l'élite. Alors, les lieux les plus célèbres sont dits « envahis » ; les pratiques « snobs » deviennent communes ; voilà qui rend nécessaires de nouvelles inventions ». Un « ruissellement le long de la pyramide sociale » (Boyer, 2000). On retrouve chez Christaller (1955 ; 1963) la même idée de la quête de la distinction qui met en tourisme des lieux nouveaux lorsque l'imitation par des couches sociales ont « atteint » les lieux touristiques auparavant « tenus » par l'aristocratie ou la bourgeoisie.

Ce concept « diffusion » a toutefois des limites. Il fait comme s'il n'y avait pas de modification de la chose même qui se diffuse, se diffuse en se modifiant. Or, on a pu montrer que dans la transposition d'une pratique, d'un objet technique, la façon de faire n'est pas identique. Les façons de jouer au football sont différentes en Allemagne et au Brésil, le judo se pratique autrement au Japon, en France et au Brésil (Singaravelou, 2010), les pratiques touristiques se distinguent entre Français, Allemands, Chinois. Ce « métissage », « hybridisation », « créolisation » des pratiques, techniques, objets matériels fait que l'approche par une diffusion de l'identique n'est pas suffisante pour comprendre la mondialisation touristique. En effet, les modèles circulent, mais l'adoption se fait en référence à des façons de faire locales, régionales, nationales. Les réalisations peuvent donc être vues comme étant des écarts par rapport à un modèle qui circule.

Comme l'exprime l'équipe MIT (2011) concernant le tourisme,

« s'agit-il d'une diffusion au sens du changement spatio-temporel des lieux d'implantation du tourisme *sans changement de qualité* des lieux touristiques, des pratiques, des façons de faire ? C'est en effet la difficulté que les théories de diffusion doivent affronter : celles-ci font comme si le contenu de l'objet qui se diffuse restait *identique*. À la différence, les lieux touristiques ne sont pas des

objets qui se diffusent. Il s'agit de constructions sociales dont la synthèse est effectuée en référence à d'autres lieux – notamment les « moments de lieux » – mais dont le contenu et la symbolique sont changeants. Les lieux touristiques sont en effet sujet d'interprétations et de processus d'encodage/décodage différents selon les cultures d'entreprises, de classe, idéologiques nationales, régionales, locales, etc., bref en fonction des systèmes culturels qui se constituent dans différentes configurations collectives ».

Par conséquent, l'équipe MIT (2011) propose de retenir deux notions clé : « *circulation* de modèles de lieux » et notamment la circulation des moments de lieux, et « *extension* de l'écoumène touristique ». L'analyse de la circulation des modèles de lieux et la mesure de la densification de l'écoumène bénéficiera d'une base de données substantiellement augmentée. En effet, il convient de mesurer avec plus de précision de quelle façon les référentiels des moments de lieux sont adoptés, adaptés, mis en œuvre par d'autres systèmes locaux.

### 2.1.2. La circulation de « moments de lieu »

Dans une recherche antérieure, l'Equipe MIT a mis en évidence un nombre fini et restreint de lieux touristiques exemplaires qui s'établissent à un moment donné (Equipe MIT, 2005). Appelés « moments de lieux », ces coordonnées spatio-temporelles des pratiques touristiques emblématiques sont supposées jouer le rôle de *modèle* pour les autres lieux concernant leur mise en tourisme. En effet, « nous faisons l'hypothèse que tous les lieux touristiques ont pris pour référence des foyers d'innovation que constitue notre trentaine de moments de lieu identifiés, dont Disneyworld, Arcachon, Saint-Moritz, Paris, Yellowstone. Nous supposons donc, en considération de nos connaissances actuelles, qu'il n'existe pas de génération spontanée de lieux. De la sorte, la dynamique touristique peut se résumer à la diffusion de patrons spatiaux (*patterns*), sorte de modèles sur lesquels œuvrent les différents acteurs pour mettre en adéquation lieux et pratiques » (Equipe MIT, 2011).

Nous endossons cette hypothèse en la précisant : l'expansion du tourisme dans le monde entier se fait en raison de la circulation d'un certain nombre de modèles d'association entre pratiques/lieux dont le caractère emblématique constitue le stimulus pour être imité ailleurs. C'est donc une suite d'inventions de pratiques touristiques innovantes qui est imitée sans cesse depuis 1800. Les moments de lieux tels que l'invention de la saison d'été, sociabilité et jeux à Bath, sous couvert de thérapie, l'invention de la baignade à Brighton, l'invention des glaciers à Grindelwald et Chamonix, l'invention de l'alpinisme à Chamonix, l'invention des sports d'hiver à Davos et Saint-Moritz, l'invention de la Méditerranée, l'invention de l'île tropicale ou encore l'invention du parc à thème. Il conviendra de faire une cartographie des moments de lieux et de leurs suiveurs respectifs. De cette façon, on disposera d'une image qui montre en même temps les différents types de lieux/pratiques touristiques et les circulations postérieures à cette innovation. Il y a un enchevêtrement d'acteurs qui contribuent à travailler avec le regard touristique lors de multiples transactions. Il en découle la circulation du balnéaire, la circulation des « videnda », la circulation des référentiels de la montagne. Il se construit une *hiérarchie mondiale* des stations, spots, villes, sites, parcs.

### 2.1.3. L'application du « regard touristique » sur le Monde entier

Un autre principe explicatif réside dans la généralisation du regard touristique. L'hypothèse de l'équipe MIT (2011) est la suivante : « Ici, on développe l'hypothèse que c'est l'association entre pratiques et lieux qui est le ressort fondamental de la mondialisation de l'écoumène. Cette association spécifique pratiques/lieux est issue d'un *regard touristique* et d'une capacité – actuelle et virtuelle – de *mise en valeur* de tous les endroits du Monde. Elle nécessite donc des conditions économiques, culturelles et sociales particulières, notamment l'encadrement de ces pratiques par un corpus de normes sociales, juridiques et institutionnelles qui se développent au *niveau mondial* ». En effet, « regard touristique » constitue un concept intéressant qui pourrait aider à comprendre la mondialisation du tourisme. Dans la formulation de John Urry (1990, 1-2), il s'agit d'une autre façon de regarder l'environnement que dans le quotidien, un regard plus détaché : "we look at the environment with interest and curiosity". Mais, ce regard n'est pas uniforme, mais variable : "there is no single tourist gaze as such. It varies by society, by social group and by historical period". Etant construit sur un anti-monde, un « hors-quotidien », "the gaze in any historical period is constructed in relationship to its opposite, to non-tourist forms of social experience and consciousness". Ce regard touristique est du coup informé par un système de codage qui différencie entre quotidien/hors-quotidien en termes de *contraste* : "the gaze therefore presupposes a system of social activities and signs which locate the particular tourist practices, not in terms of some intrinsic characteristic but through the contrast implied with non-tourist social practices, particularly those based within the home and paid work". Enfin, ce regard touristique n'est pas individuel, mais collectif : Urry appelle "collective tourist gaze" (p.137) le fait de porter un regard partagé et similaire voire identique sur l'espace, qui font émerger un espace touristique *commun* : "such places are designed as public places. They would look strange if they were empty" (p. 138). Cela signifie que certaines expériences touristiques ont nécessairement "besoin" de la présence d'un grand nombre de personnes : "Brighton or Lyme Regis in a sunny summer's day with the beach to oneself would be an eerie experience" (Walter 1982, p. 298).

On peut développer plusieurs limites de ce travail sur le regard touristique, dont seulement une est retenue ici<sup>10</sup> : un « régime scopique » est mis en avant, c'est-à-dire une pratique où le visuel et le sight-seeing priment. Or, le touristique est constitué d'un grand nombre de pratiques où les *videnda* sont secondaires par rapport aux multiples engagements corporels qui vont au-delà du sens de la vue. La sensation de vitesse, la sensation de chaleur sur le corps nu, la sensation de l'eau chaude, la sensation de se nourrir autrement sont tout autant d'éléments où la corporéité du touriste est engagée. D'où la nécessité de donner un sens plus général au terme « regard touristique » : comme façon d'*appréhender* et de *décoder* et d'*encoder* le monde *touristiquement*.

Il est important de noter que ce regard touristique change sans cesse, car depuis 200 ans de nouveaux objets sont ajoutés comme "*videnda*" pour les touristes. D'abord les ruines de l'antiquité classique, glaciers, la haute montagne, les chutes d'eau, la plage, la ville, les pyramides, la nature sauvage, le safari, kathmandu, la liste du patrimoine mondial de l'humanité, les musées, etc.<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> cf. MacCannell (2001) et Spode (2004) pour une critique approfondie

<sup>11</sup> Ce travail a été effectué partiellement par Löfgren (1999), systématiquement par Equipe MIT (2005) et énoncé plus haut. Nous n'entrerons donc pas dans le détail ici sur les multiples inventions successives des pratiques touristiques.

D'où l'assertion de MacCannell (1976) : "anything is potentially an attraction " (p. 192) : il suffit d'avoir une attraction, un marqueur, des touristes. Les conséquences en sont bouleversantes : selon Knafo (1992), on assiste à l'*invention* d'un lieu touristique par un regard touristique qui «subvertit» la valeur du lieu géographique. En effet, une plage ou un alpage sans intérêt économique et symbolique autre que d'être un lieu de stockage devient un endroit «de rêve» pour construire un hôtel. Cette «subversion» ou «diversion» (Equipe MIT, 2002) sont au principe de la mise en tourisme. C'est ce que décrivent aussi Coëffé & Violier (2008) : «Là où les indigènes privilégient les sites à l'opposé de la mer, à l'abri du cordon dunaire, les touristes choisissent de s'installer au plus près de la mer afin de l'admirer, car ils incorporent au territoire un espace parfois non vu par la société localisée». La rupture avec le sens commun porté par d'autres acteurs est donc l'une des caractéristiques du regard touristique dans sa mise en œuvre.

Ce regard touristique universel, c'est-à-dire portant sur n'importe quel élément du monde culturel, bio-physique, social, matériel ou immatériel, idéal ou matériel, symbolique etc., est donc l'un des puissants éléments qui amènent à la constitution d'un écoumène touristique mondial. Il est intéressant de distinguer les inventions nouvelles, où de nouvelles pratiques touristiques sont mises en place, et la circulation des pratiques déjà maîtrisées<sup>12</sup>. L'extension du regard touristique déjà formé sur des éléments non encore touristiques ou l'invention de nouveaux regards touristiques est ainsi un puissant moteur de l'expansion de l'écoumène touristique.

Le touristique est donc typiquement l'un des éléments du monde social qui n'a pas toujours existé et qui a été construit par différents acteurs du monde social. Le touriste émerge à la fin du 18ème siècle comme personne qui se déplace pour se déplacer et voir, non pour faire autre chose. Il invente des pratiques nouvelles, il construit un autre regard sur le monde. Une fois appris à regarder touristiquement, différents acteurs – touristes, tour opérateurs, investisseurs, politiques, etc. – sont à l'œuvre pour transformer un lieu non-touristique en lieu touristique. Aujourd'hui, le Monde est maintenant *plein* du point de vue touristique, c'est-à-dire qui valent la peine d'être vus, pratiqués, parce que les acteurs ont construit les différents éléments en «attractions» touristiques, et les établissements humains en «destinations».

Ce regard touristique est corrélé à la question des pratiques dont l'extension est aujourd'hui mondiale. «La circulation du tourisme signifie également l'association de pratiques à des lieux nouveaux. Et ce, dans au moins deux sens différents. Il s'agit d'une part de pratiques éprouvées pour lesquelles les innovations se situent au niveau de lieux. D'autre part, il s'agit de pratiques nouvelles qui, tout en s'inventant, s'associent à de nouveaux lieux» (Equipe MIT, 2011).

Comme conséquence, on peut énoncer deux mouvements parallèles. Premièrement, l'extension du tourisme passe par un investissement des établissements humains existants par de multiples pratiques, investissements économiques, organisations. Comme le dit l'équipe MIT (2011), «l'extension de l'écoumène touristique passe donc par l'investissement de l'habitat existant pour de nouvelles pratiques. Ainsi, les grandes métropoles, qui n'ont pas été pensées à l'origine pour accueillir les touristes, sont aujourd'hui massivement parcourues par des foules bigarrées». Deuxièmement, cette extension passe par «la domestication de nouveaux habitats, qui,

---

<sup>12</sup> C'est à ce point de l'argumentation que l'on retrouve la notion de «moments de lieux» qui constituent précisément l'un des modèles qui circulent.

auparavant, n'étaient pas investis comme établissements humains ». Par exemple, les stations de sports d'hiver en haute montagne dans les Alpes européennes et les Rocky Mountains, les stations balnéaires créées *ex nihilo* sur certaines côtes ou encore la création de parcs nationaux.

## **2.2. La mondialisation du tourisme comme émergence d'un « champ touristique mondial » ?**

On peut appréhender la mondialisation du tourisme non seulement comme un problème de circulation, mais aussi comme l'émergence d'un ensemble de lieux géographiques et d'acteurs interdépendants. Peut-on recourir à la notion de champ touristique mondial afin de décrire l'émergence d'un niveau d'échelle mondiale auquel les concurrences, coopérations, actions de réglementation, de circulation d'images etc. s'effectue ? Si l'on aborde la mondialisation du tourisme comme l'émergence d'une configuration à l'échelle mondiale, on peut en effet se poser la question de la conceptualisation. Nous disposons en effet de plusieurs termes qui pourraient être utiles pour cadrer le phénomène : champ, système, configuration sont les options possibles.

### **2.2.1. Systèmes touristiques**

La notion de « système » a été utilisée pour rendre l'idée d'un ensemble intégré en interaction qui concerne pratiques, acteurs, marchés, lois, lieux, techniques, objets matériels. Unis par un objectif ou un regard : le regard touristique qui intègre et accorde tous les actants, bien que non sans controverses et conflits. Ainsi munis, on peut chercher à identifier différents « systèmes touristiques » au cours du temps dont les composantes se modifient. La figure 5 montre comment on peut identifier plusieurs moments de rupture où de nouveaux systèmes touristiques prennent place (Equipe MIT, 2011).

Fig. no. 5 – Une ébauche des systèmes touristiques

Fig. 31 : Une ébauche des systèmes touristiques						
Révolution touristique	Fin du miraculeux, désacralisation / découverte de l'ailleurs et de soi / temps pour soi / l'entre-soi / recreation Le tourisme concourt à la finitude des espaces nationaux en même temps qu'il transgresse les frontières					
Les systèmes touristiques	Dates d'apparition	Pratiques émergentes	Diffusion	Lieux concernés au moment de l'apparition	Acteurs	Technologies spatiales
<b>Petit nombre</b>  <i>Une révolution doublement réservée : une seule catégorie sociale, un seul continent</i>	1780-1830	- Passage du scientifique (et thérapeutique) au ludique : un grand processus, un « moment du tourisme » - Goût pour les paysages - « Voyage en Italie » - Sociabilités de l'entre soi	- Importante diffusion en Angleterre - Quelques lieux emblématiques en Suisse, Italie, France, Allemagne et États-Unis - <b>1% de la population européenne</b>	- Lieu de la villégiature touristique (situation proto-touristique) : Bath, Brighton - Comptoir	- Aristocratie	- Guide touristique humain et non-humain (Guide Murray, Baedeker) - Diligence - Hôtel - Points de vue - Bateau à vapeur
<b>Grand nombre</b>  <i>La révolution touristique commence à être partagée : accès de la bourgeoisie et des États-Unis.</i>	1850-1870	- Affirmation des jeux sportifs (alpinisme, sports d'hiver) - Goût de l'exotisme et wilderness - Sociabilités plus ouvertes cohabitent avec l'entre soi (la station permet l'exposition ostentatoire de la haute société aux gens du commun)	- Importante diffusion en Europe - <b>Émigration européenne et colonisation</b> - Accession de la classe moyenne en Angleterre et en Allemagne au tourisme - <b>10% de la population européenne</b>	- <b>Invention de la station</b> : Arcachon, Deauville, Atlantic City	- Prémices du TO avec les débuts de l'aventure Thomas Cook. - <b>Capitaines d'industrie</b> (Frères Pereire ou Henry Flagler) : investissements dans les réseaux ferrés (nationaux + rapidement, interconnexion avec l'international). - Entreprises intégrées régionales - Bourgeoise et classes moyennes anglaises deviennent	- Chemin de fer - Agence de voyage et prémices - Passeport - Valises, bagages remplaçant progressivement les malles
<b>Masse</b>  <i>Un début de démocratisation mondiale du tourisme même si la diffusion est plus sociale que géographique : une pratique de masse réservée à une minorité de pays</i>	1920 -1950	- Mise en place du modèle « sea, sand and sun » devenu « sea, sex, sand and sun » depuis. - Développement du ski. - « Tourisme social »	- Accession au tourisme de la classe ouvrière. - Appropriation de l'avion par les touristes : circulation mondiale possible - Mondialisation des entreprises de locations de voitures - <b>1% de la population mondiale (100 millions de touristes)</b>	- Le « hors-soi » : club de vacances, parc à thème - Région touristique : véritable changement d'échelle - Conurbation touristique. - District touristique - Le tourisme rural diffus.	- <b>Entreprises intégrées internationales</b> comme le Club Med ; - <b>État aménageur</b> à logique prométhéenne et à échelle régionale - Diversification des acteurs (des ONG au développement local). - Classes moyennes, voire ouvrières en Europe et aux Amériques du Nord deviennent touristes, tout comme les plus riches des métropoles dans différents pays (Argentine, Russie, Japon, Australie, ...)	- Automobile (individuel ou car) - Pensions de famille, boarding house, camping, club de vacances - Carte routière et touristique - Voyages sur catalogue - Développement du charter dans les années 1960.
<b>Masse Individualisé</b>  <i>Un tourisme de masse qui commence à atteindre une diffusion réellement mondiale où cohabitent standardisation</i>	1970-1980	- Se fondre dans la foule urbaine, s'exposer à l'altérité, faire l'expérience de la ville et non visiter la ville. - Diversification des pratiques ludiques et sportives. - Trekking, Safari-photo, nouvelles pratiques de glisse - Shopping (les 5 S !) - L'échelle du Monde devient pertinente pour l'arbitrage de l'association pratiques/lieux	- Accession au tourisme des pays émergents (Corée du Sud, Mexique, Brésil, Inde et Chine) - Concurrence mondiale des lieux touristiques - <b>10% de la population mondiale (3 milliards de touristes)</b>	- Villes - Retranchements insulaires - Disneyworld, - Dubaï - Marrakech - Maldives	- <b>Entreprises intégrées mondialisées</b> - <b>Agences proposant du sur-mesure</b> - <b>Organisation mondiale du type UNESCO (patrimoine mondial de l'humanité)</b> -	- <b>Informatique</b> - <b>Hôtel-club</b> - <b>Internet</b> - <b>GPS</b> - <b>Multi-modalité de l'accessibilité</b> - Élargissement de l'éventail des modes d'hébergement (chambres d'hôte sans hôte), flexibilité forte, mais sur le réseau mondial. - Facilité de la multi-modalité (Internet, vols low cost) : - « Désintermédiation »

L'avantage de cette conceptualisation réside dans la mise en cohérence d'un grand nombre d'éléments qui caractérisent le contexte touristique à différents moments de l'histoire : législation, infrastructures, acteurs, technologies spatiales, lieux géographiques, pratiques touristiques. L'inconvénient de la notion réside justement dans la confiance peut-être abusive accordée à un « système », c'est-à-dire un ensemble intégré d'où les éléments contradictoires, conflictuels et tensions disparaissent et où les limites par rapport aux autres systèmes sociaux sont vues comme étant évidentes. En effet, en utilisant la perspective offerte par la théorie des systèmes sociaux de Luhmann (1984), Andreas Pott (2007) soulève la question de savoir si le tourisme est un sous-système cohérent – *Funktionssystem* – de la société, à l'instar du droit, de l'économie etc. Il arrive à la conclusion qu'il n'existe pas d'auto-organisation du sous-système tourisme et que ce dernier manque de limites organisationnelles précises par rapport à son environnement. On le constate : imaginer un champ touristique comme une « couche » supplémentaire de la société ne va pas de soi. Les limites du champ sont moins clairement définies que pour d'autres champs.

Si l'on tente de décrire le tourisme comme système, on peut comprendre les caractéristiques du tourisme contemporain comme un ensemble d'éléments extrêmement différenciés : « Le système touristique contemporain, initié dans les années 1970, atteint une complexité inégalée qui résulte à la fois des héritages des systèmes antérieurs et des possibilités que le Monde actuel alimente. D'une part, il est devenu véritablement de masse, en franchissant un nouveau seuil – désormais les touristes se comptent en milliards, ce qui s'explique par l'augmentation de la population mondiale et la diffusion du phénomène dans de nouvelles catégories de la population mondiale et dans de nouvelles parties du Monde jusque-là peu concernées » (Equipe MIT, 2011). Cette expansion démographique est à retenir où de quelques milliers en 1830, on passe à au moins 1 milliards de touristes aujourd'hui. « D'autre part, ce système touristique contemporain octroie un rôle et une responsabilité sans précédents à l'individu. C'est pourquoi il prend le nom de « tourisme de masse individualisé » » (Equipe MIT, 2011). Pascal Cuvelier (1998) l'appelle « post-fordiste » et en propose plusieurs modalités, notamment « le « monde du tourisme sur-mesure organisé » caractérise les pratiques touristiques qui se fondent sur l'achat chez un intermédiaire touristique d'un assemblage de prestations sur-mesure et le « monde du tourisme sur-mesure auto-organisé », constitué des individus qui souhaitent vivre une expérience touristique complexe et riche en services mais qui parallèlement souhaitent être les artisans de son organisation » (Cuvelier, 1998, p. 216-217).

Et les arbitrages entre différentes pratiques s'effectuent en prenant en compte les lieux touristiques à l'échelle mondiale : « Car les arbitrages des touristes ne se font plus seulement entre différents lieux ou pratiques d'un même genre – différentes stations balnéaires par exemple – mais par rapport à l'ensemble du spectre des lieux et des pratiques : choisir entre la montagne et la mer pour les vacances d'hiver boréal ou encore la découverte des pyramides d'Égypte au lieu d'aller skier, etc. Une autre modalité s'observe : un découplage entre pratique et lieu. Un séjour balnéaire *n'importe où*, c'est-à-dire sans information préalable sur l'endroit exact, peut être acheté, la seule information portant sur le pays, la côte et le niveau de qualité de l'hôtel » (Equipe MIT, 2011).

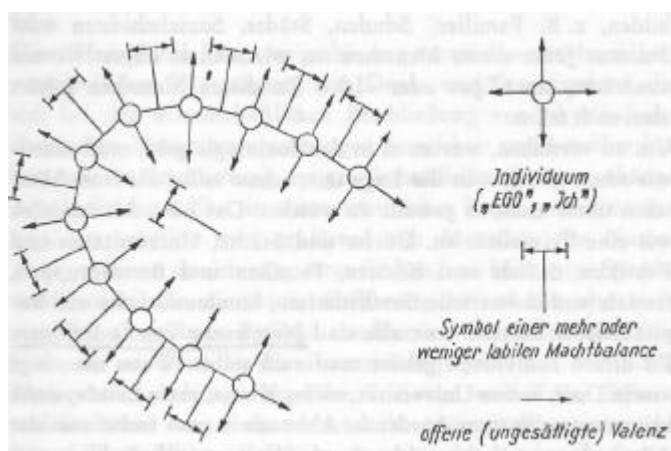
### 2.2.2. Configuration touristique, champ touristique : vers une approche géographique

Nous trouvons chez Norbert Elias la notion de « configuration ». Comme expliqué plus haut lors du traitement de l'allongement des chaînes d'interdépendances (1.3.), ce concept sert à porter un regard sur la « société des individus » en ce sens que la configuration désigne un ensemble d'individus qui sont inter-reliés à travers des relations de pouvoir asymétriques, donc *dépendants* les uns des autres. Cet ensemble d'individus s'appelle « configuration », car de multiples règles de jeu définissent de multiples configurations : orchestre, match de foot ou une partie de cartes, ville, état-nation, humanité est enchaînée en raison de multiples mécanismes de régulation, tels que la règle dans un jeu de cartes ou dans un match de football ou les lois.

Est-ce que l'on peut mettre en évidence une « configuration touristique mondiale », c'est-à-dire où une société de touristes est enchaînée en raison de plusieurs mécanismes de régulation, de rapports de pouvoir ? Le « *quest for excitement* » (Elias & Dunning, 1986) est-il porteur d'une configuration spécifique ? Nous observons en effet de multiples configurations, entre lieux géographiques et acteurs du tourisme.



**Fig. no. 6 – Configuration de la société des individus d'après Elias**



Source : Elias, 1970, Was ist Soziologie ?

Pour Bourdieu (1984), le concept de «champ» vise à désigner une configuration de positions dans un jeu d'intérêts spécifiques. « Un champ (...) se définit entre autres choses en définissant des enjeux et des intérêts spécifiques, qui ne sont irréductibles aux enjeux et aux intérêts propres à d'autres champs (on ne pourra pas faire courir un philosophe avec des enjeux de géographes) et qui ne sont pas perçus de quelqu'un qui n'a pas été construit pour entrer dans ce champ (chaque catégorie d'intérêts implique l'indifférence à d'autres intérêts, d'autres investissements, ainsi voués à être perçus comme absurdes, insensés, ou sublimes, désintéressés) » (p.113-114). C'est ainsi qu'on peut construire une analyse des marges de manœuvre et des « contraintes » qui pèsent sur les agents lorsqu'ils engagent des actions, leurs compétences et leur multiples «capitaux». Bourdieu parvient ainsi à montrer comment deviennent effectives les pouvoirs et marges de manœuvre, à savoir en raison du jeu entre capital et propriétés du champ. Ce traitement est très proche de la notion «configuration» où l'on trouve également les multiples individus enchaînés les uns aux autres selon les asymétries de pouvoir. Sans aller en détail, on peut noter cependant trois apports supplémentaires : l'idée des propriétés du champ, construit en fonction d'intérêts et d'enjeux ; la mise en œuvre de capitaux, un ensemble de compétences et de dispositions.

Bourdieu analyse un champ artistique, politique, scientifique, littéraire. Chez Robertson (1994), on trouve la notion de champ à l'échelle mondiale pour l'étude du «champ religieux mondial» pour montrer comment la mondialisation prend la suite de la sécularisation des sociétés humaines. Peut-on transposer cette idée dans le cadre du tourisme ? Est-ce que le tourisme constitue un ensemble d'enjeux et d'intérêts analogues avec un champ politique national ? Si l'on regarde les acteurs en présence dans le tourisme, on constate leur hétérogénéité. Les actants sont constitués par les acteurs des stations touristiques, ni de postuler l'existence d'un champ touristique – où une certaine homogénéité et une convergence d'intérêts sont requises – en raison de l'extrême hétérogénéité des acteurs en présence dans le tourisme. De nombreux auteurs soulèvent en effet cette difficulté de rassembler ces multiples activités – restauration, hôtellerie, transport, musée, office de tourisme, parc à thème etc. – sous une même étiquette en raison de leur diversité et de l'hétérogénéité des usages possibles des infrastructures y afférentes, qui peuvent ou non relever du touristique.



Clivaz, Nahrath & Stock (2011) ont proposé le fonctionnement suivant : des stations touristiques disposeraient d'un capital touristique qu'elles engageraient dans un champ touristique mondial. Il s'agit là d'une tentative pour appréhender les concurrences qui se jouent à l'échelle mondiale et qui ont des effets sur le fonctionnement des lieux touristiques. « Ce capital touristique d'une station est « mis en jeu » (i.e. plus ou moins stratégiquement mobilisé) par les acteurs du système touristique « local » (au sens de localisé) afin de positionner avantageusement l'offre touristique de la station sur le marché touristique national et international (mondial), c'est-à-dire également dans le cadre d'une *configuration (mondiale)* composée de l'ensemble des *acteurs/agents* (individus, groupes, entreprises et organisations publiques et privées), des *institutions* (codes, chartes et autres réglementations internationales, nationales et régionales), ainsi que des *lieux* (stations, villes, sites, etc.) concernés par les intérêts spécifiquement liés au tourisme envisagé dans ses multiples dimensions économiques, politiques, sociales, environnementales, juridiques, individuelles etc. Nous appelons « champ touristique » cette configuration où la reconnaissance d'intérêts spécifiques permet aux acteurs des stations touristiques de mobiliser et de « jouer » leur « capital touristique » afin de se positionner avec leurs avantages concurrentiels dans ce jeu à la fois marchand et non-marchand. » (p. 278).

Ce champ mondial peut être appréhendé d'un point de vue géographique comme un réseau de lieux touristiques ainsi que comme réseaux d'acteurs multiples dont les relations spatiales – distance, limite, localisation, imaginaires géographiques – sont centrales. La dimension spatiale du champ touristique mondial résiderait alors dans une approche des dimensions spatiales qui fait émerger un ensemble de lieux touristiques dont les interdépendances sont formées par des relations de concurrence et de coopération. L'exemple des stations de ski rend compte de cet enjeu pour les lieux touristiques qui ne sont plus seulement concurrentes entre elles, mais par rapport à de nouveaux lieux touristiques que les touristes pratiquent en hiver, tels que les destinations tropicales. Un deuxième élément paraît intéressant : tous les lieux touristiques ne sont pas d'égale réputation ou d'égale intensité touristique : on peut travailler sur ce que Chadeaud (1988) avait appelé les « distinctions spatiales ». Il s'agit là d'une hiérarchie mondiale de lieux touristiques en fonction de l'image ou en fonction de leur fréquentation.

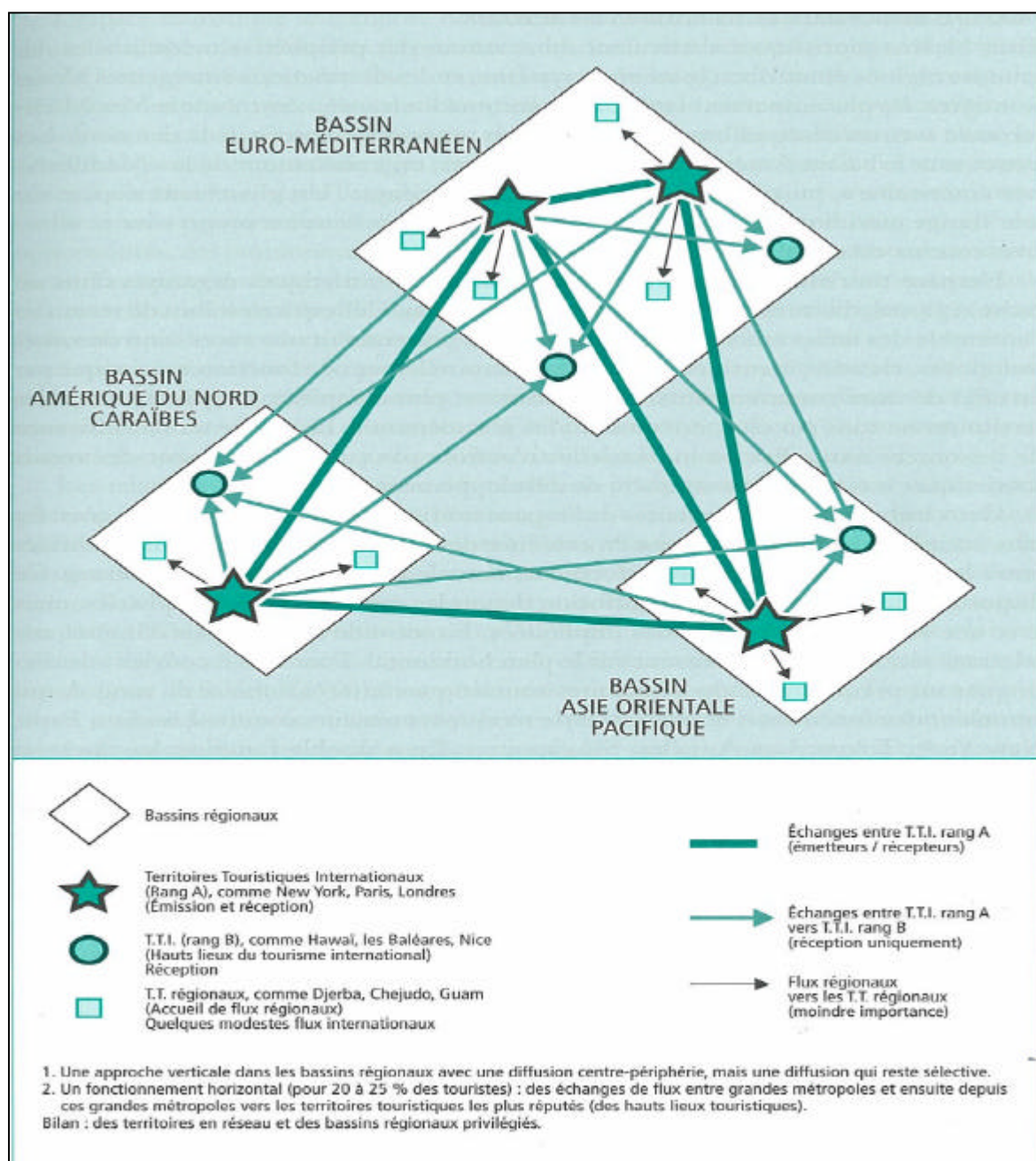
Une façon d'opérationnaliser la notion de champ touristique mondial d'un point de vue géographique serait en effet la précision par le réseau mondial de lieux touristiques. A partir des considérations sur le réseau urbain mondial (cf. 1.5.), on peut dériver l'idée d'un réseau de lieux touristiques qui se positionne à l'échelle mondiale. Il s'agirait de lieux touristiques dont le rayonnement est mondial et dont la fréquentation les place parmi les plus importantes.

« Cette double dynamique d'extension et de densification n'a pas seulement une portée diachronique. Elle dévoile synchroniquement le caractère profondément réticulaire de la découverte et le caractère fondamentalement aréolaire du repos et du jeu. Les hauts lieux du tourisme mondial, que ce soient les métropoles à fonction touristique (Paris, Londres, New York, etc.), les villes touristifiées (Venise, Bruges, etc.), les curiosités naturelles (chutes d'Iguazu, parc Krüger, Ayers Rock, etc.) ou culturelles (Machu Picchu, temple d'Angkor, etc.), sont les sommets d'un réseau complexe dont les segments sont parcourus par des touristes, souvent internationaux, en quête de découverte. Ce réseau se

surimpose à toute une série d'aires touristiques, de taille et de nature très variées que sont les conurbations touristiques, les zones périurbaines de loisirs et de tourisme, etc. (...), qui se sont développées sur le repos et sur le jeu à destination d'une clientèle régionale ou nationale » (Equipe MIT, 2011).

Cette description des spatialités essentielles du tourisme est intéressante, en ce qu'elle raisonne en termes de réseaux de lieux touristiques, constitués de métropoles, mais aussi de sites. Elle met sur la piste de concevoir cet «espace touristique mondial» comme un arrangement de villes, de sites, de stations, de comptoirs, reliés entre eux par les circulations d'images, de touristes, de capitaux. Une hiérarchie dans le réseau mondial des lieux touristiques émerge ainsi. Dans un registre plus synthétique, Dehoorme (2003) propose l'image suivante de l'espace touristique mondial.

Fig. no. 7 - L'organisation de l'espace touristique mondial



Source : Stock, 2003, p. 143.

Il s'agit là d'une première tentative intéressante, mais qui a pour limite un traitement aux seuls niveaux d'échelle régionale et qui minimise les grandes villes touristiques et stations touristiques. On fait fi du fonctionnement d'un réseau mondial de lieux touristiques et on se contente de schématiser quelques têtes de pont. Du point de vue de la mondialisation, on peut émettre l'idée de l'émergence d'une nouvelle hiérarchie mondiale de lieux touristiques. Le réseau aurait donc une structure hiérarchique.

### 2.2.3. Conclusion

Les trois notions analysées ont des avantages et inconvénients les uns par rapport aux autres : « système » élimine le caractère conflictuel et spatial que le champ met en exergue ; « champ » néglige les contextes juridiques, technologiques, multiples pratiques que le système incorpore ; « configuration » appréhende les interdépendances entre individus, mais exclut les éléments institutionnels et contextes spatiaux qui structurent le réseau des lieux touristiques. C'est cet ensemble que nous souhaitons désigner par notre notion de « champ touristique mondial ». On peut ainsi tirer une conclusion : ce n'est pas le tourisme (dans sa totalité) que l'on peut appréhender comme système, champ ou configuration. On peut appréhender seulement des éléments tels que lieux géographiques, acteurs, entreprises, pratiques.

## 2.3. Conclusion

On assiste à une *expansion* du champ touristique et l'émergence d'un écoumène touristique mondial. Depuis l'avènement du tourisme, tout au long du 18<sup>ème</sup> siècle, le contexte des lieux touristiques a changé. Il y a eu une augmentation du nombre de lieux touristiques : on peut dire que, à l'instar et en parallèle au système de villes, le système des lieux touristiques est *en expansion*. On peut se référer à Pumain (1997) pour l'idée du système de villes en expansion. L'idée n'est pas transposable point pour point, car les lieux touristiques sont moins en interrelations entre eux – fait/concept que justifierait le recours à la notion de système – que ne le sont les villes, par définition liées aux échanges *entre elles*. Néanmoins, l'idée d'expansion est à retenir, voire à intégrer dans un système des lieux urbanisés, intégrant ce que Pumain (1997) appelle les “villes” *et* les lieux touristiques, largement sous-estimés par la recherche en géographie/études urbaines. C'est ainsi que l'on pourrait appréhender un véritable système de lieux urbains en expansion, intégrant les différents types de lieux urbains (villes industrielles, métropoles, cité-dortoirs, villes administratives, etc.), et ce à plusieurs niveaux d'échelles, et, c'est là le point décisif : des interdépendances différentielles selon le régime d'habiter et touristique dans lesquels s'insèrent les systèmes de lieux urbains. Un premier relierait surtout les métropoles et les villes les plus grandes et les stations touristiques ; un deuxième verrait un élargissement, une diffusion sociale et spatiale atteignant ensuite les espaces agricoles urbanisés et les campagnes en tant que pourvoyeurs et récepteurs de touristes.

D'abord exclusivement européen, il couvre dorénavant le Monde entier, tout en produisant, comme toujours pour les phénomènes géographiques, une différenciation spatiale très accusée entre les régions très touristiques et d'autres non ou peu touristiques. Le contexte géographique est celui de l'amélioration générale de l'accessibilité, favorisant un accroissement du nombre de touristes. Le nombre de touristes – à ne pas confondre avec le “tourisme international” ou le “nombre d'arrivées” – a également augmenté bien que l'on soit dans l'incapacité de le mesurer avec précision : on peut estimer que de quelques milliers vers 1700, on soit passé à plus d'un milliard en 2000.

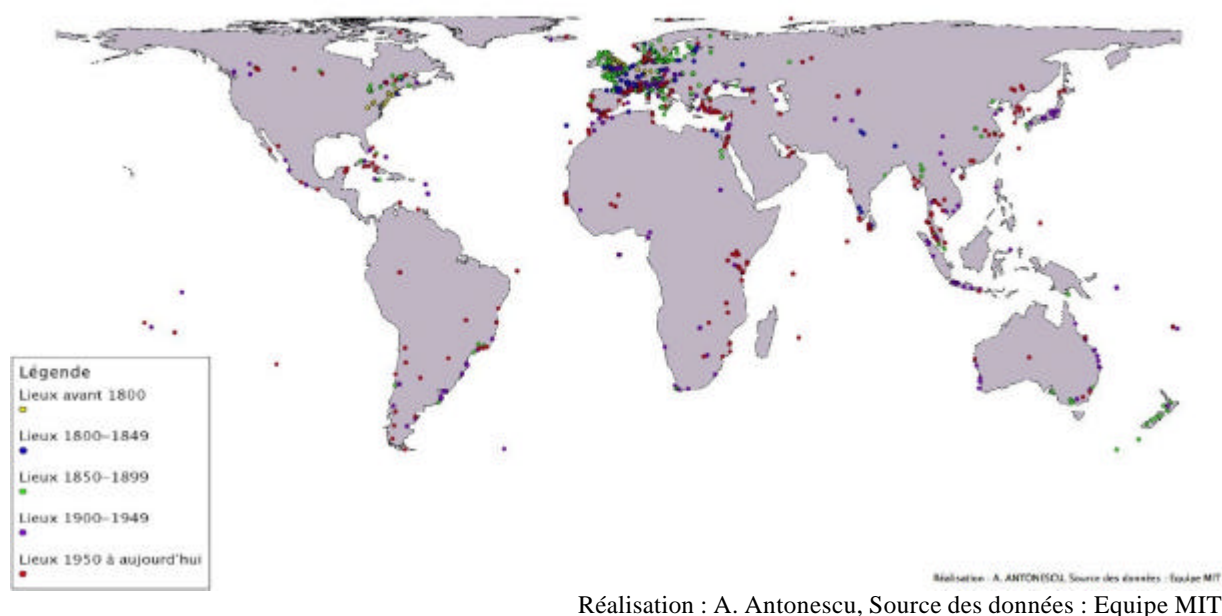
### 3. Une triangulation méthodologique pour construire les données

Il se pose la question de savoir comment mettre en œuvre la reconstruction de la mondialisation touristique et comment la mondialité actuelle du tourisme peut être appréhendée. Quelles méthodes de collecte de données convient-il de mettre en place ? Nous proposons ici une triangulation méthodologique, c'est-à-dire une méthodologie multi-perspectiviste qui tente, par la mise en œuvre de collectes de données *différentes* mais *complémentaires* de construire une image adéquate du tourisme à l'échelle mondiale. Il s'agit notamment de disposer de données quantitatives et qualitatives permettant la cartographie de la mondialisation touristique.

On peut, pour la présentation, distinguer les méthodes portant sur les processus de mondialisation des méthodes portant sur la mondialité du tourisme.

De fait, deux problèmes sont à considérer. D'une part, la connaissance sur la distribution spatiale du phénomène. Actuellement ces études s'appuient notamment sur les données statistiques de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), et il n'est décemment plus possible de se contenter uniquement de cette source qui laisse tellement à désirer notamment par l'approximation des définitions utilisées – comme nous le verrons plus loin – donc peu adaptée pour une prise en compte fine de ce phénomène à l'échelle mondiale. Au fond, il existe un véritable problème de *données*, car ces données ne permettent qu'un aperçu superficiel sur le phénomène. Seule une recherche a essayé de dépasser ce cadre (Tol et al. 2007) pour tenter de mesurer l'ampleur du tourisme en combinant tourisme international et domestique au niveau national, mais également au niveau infra-étatique. Cependant, ils utilisent une approche économétrique dans laquelle on *simule* les données, mais on ne *mesure* pas. Ainsi, malgré tous les efforts, on ne dispose pas aujourd'hui d'une base de données comparable aux villes – par exemple la base Géopolis de Moriconi-Ebrard (1990) – qui comprendrait les lieux touristiques de plus de 1 millions de nuitées. Le travail de l'Equipe MIT (2011), présenté dans Gay & Violier (2007) et Stock (2008), est le seul à s'y être attelé afin de produire une base de données robuste à l'échelle locale. Or, il n'est pas encore suffisamment précis et un travail approfondi reste à faire.

**Fig. no. 8 –Emergence des lieux touristiques : exemple de périodisation**



D'autre part, la connaissance sur la mondialisation des pratiques touristiques reste lacunaire. La question de savoir si les pratiques touristiques nées en Europe se diffusent telles quelles dans toutes les sociétés ou bien si des innovations apparaissent lors de cette diffusion est une question de recherche cruciale qui n'a pas encore trouvé de réponse. La littérature considère jusqu'ici une diffusion des pratiques – par exemple « sea, sand, sun » - qui ferait partie d'une culture mondiale ou bien une „hybridisation“ (Appadurai, 1996). Ces évolutions sont encore peu étudiées dans le champ du tourisme. Dans l'ensemble, il convient d'affirmer que les sciences sociales se sont longtemps calées sur l'objet « Etat », évacuant de ses questions d'autres niveaux géographiques pourtant indispensables à la compréhension de la complexité du Monde émergent (Lévy, Durand, Retailé, 1992). A de rares exceptions près (Wahab et Cooper, 2001 ; Cornelissen, 2005 ; Gay et Violier, 2007 ; Coeffé, Pébarthe et Violier, 2007), le tourisme reste un angle mort dans le traitement de la mondialisation.

L'analyse des pratiques touristiques dans la logique de la touristification du Monde a porté sur différentes „régimes“ de pratiques: ainsi, on a identifié les pratiques rassemblées sous le vocable de „découverte“ comme étant les „défricheurs“ de nouveaux lieux, donc une extension de l'écoumène touristique (Equipe MIT, 2002; Gay, 2003; Violier, 2003; Equipe MIT, 2005; Coeffé & Violier, 2007; Equipe MIT, 2011). Ceci nécessite de la part des touristes une capacité à gérer l'altérité; le processus de touristification se poursuit ensuite par la domestication de ces lieux à altérité élevée par des aménagements, donc également adéquates pour des pratiques rassemblées sous le vocable de „jeu“ et de „repos“ (Violier, 2003). La dernière publication de l'Equipe MIT (2011) porte sur la „révolution durable“ du tourisme grâce à la diversification des pratiques touristiques et la diffusion mondiale des lieux touristiques. Elle reconstruit en détail les pratiques touristiques essentielles depuis 1800 et les „filiations“ entre elles afin de comprendre comment les mondes touristiques contemporains sont en partie issus du passé; elle montre également les

logiques d'extension, d'imitation et de transformation des pratiques touristiques et des lieux touristiques dans le processus de la mondialisation.

### 3.1. Processus de mondialisation

Comment construire le corpus empirique afin de reconstruire le processus de mondialisation du tourisme ? Plusieurs voies sont ici explorées afin de reconstruire comment le processus de mondialisation s'est déroulé. Il se pose notamment la question des données, de la procédure pour construire un corpus et de la procédure du traitement du corpus.

#### 3.1.1. De quelles données a-t-on besoin ?

Afin de reconstruire la mondialisation du tourisme, nous visons l'entrée par les lieux géographiques qui sont successivement mis en tourisme, depuis 1800 jusqu'à aujourd'hui. Cet objectif implique les problèmes suivants :

1. Quel moment d'émergence de la fonction touristique ?
  - 1.1. Déterminer le moment de mise en tourisme des lieux qui ont été considérés comme touristiques à un moment donné pour la période 1800 - 2000.
  - 1.2. Identifier et quantifier les lieux touristiques produits entre 1800 et 2000.
2. Comment la fonction touristique des lieux change-t-elle avec le temps ?
  - 2.1. Identifier le moment d'arrêt définitif de la fonction touristique des lieux et quantifier les lieux touristiques disparus.
  - 2.2. Identifier et quantifier les lieux qui ont su maintenir leur fonction touristique tout le long de leur existence<sup>13</sup>.
  - 2.3. Identifier et quantifier les lieux à fonction touristique intermittente.
3. Quelle qualité des lieux touristiques ?
  - 3.1. Identifier les lieux proposant une /des pratique(s) touristique(s) spécifique(s), par exemple balnéaire, sports d'hiver.
  - 3.2. Déterminer le type de lieux touristiques : sites, stations, villes.

Ces problèmes se posent, car la mise en tourisme d'un lieu ne signifie pas nécessairement *maintien continu* de la touristicité. Il convient donc d'assurer que chaque lieu touristique, pris individuellement, puisse être suivi dans le temps, dès sa mise en tourisme jusqu'à aujourd'hui.

---

<sup>13</sup> Appelés également lieux à fonction touristique permanente



### 3.1.1.1. Mise en tourisme

Qu'est-ce que l'on entend par **moment de mise en tourisme** ? Il s'agit du moment où un lieu existant commence à recevoir des touristes ou un lieu qui est créé pour le tourisme (par exemple les stations de ski créées ex nihilo).<sup>14</sup> Ce moment d'émergence se produit lorsqu'il y a une rencontre d'éléments constitutifs, tels que l'accessibilité, le paysage, les pratiques etc. (Equipe MIT, 2005). Ces éléments constituent les raisons de création d'un lieu touristique ou de changement de qualité d'un lieu existant<sup>15</sup>. La question se pose alors de savoir dans quelle mesure cette mise en tourisme est *documentée*. Est-il possible de déterminer la date exacte – au sens jour/mois/année – de la mise en tourisme des lieux géographiques pour le Monde entier ?<sup>16</sup> Ainsi, notre but ne vise pas à déterminer la date exacte de l'émergence touristique d'un lieu, mais le moment où la fonction touristique d'un lieu est *confirmée* par un document. C'est cette traduction méthodologique que nous avons mise en place. Plus précisément, nous définissons le moment de mise en tourisme d'un lieu comme événement publié dans un guide de voyage. Nous obtenons donc une date postérieure à la mise en tourisme réelle, qui correspond à la *première mention* du lieu dans un guide de voyage. Nous interprétons cette mention comme reconnaissance, par une configuration sociale, d'un lieu comme étant touristique. Ce matériau implique donc la mise en évidence de *l'une* des mondialisations du tourisme, qui est celle à travers les guides touristiques.

### 3.1.1.2. Intermittences

La fonction touristique d'un lieu n'est pas éternelle : les trajectoires de « sortie » du tourisme sont légion (Equipe MIT, 2011). Pour des analyses ultérieures, de comparaison entre les différentes trajectoires des lieux, il est important de déterminer quels sont les lieux qui ont cessé d'avoir une fonction touristique. Il sera donc nécessaire de déterminer quel est ce **moment d'arrêt** de la fonction touristique, qu'il soit définitif ou temporaire. Les lieux seront suivis sur une période de temps fixée en préalable et spécifique à chaque lieu. C'est-à-dire à partir du moment de mise en tourisme jusqu'à présent. Pour déterminer s'il s'agit d'un arrêt définitif de la fonction touristique, la trajectoire du lieu sera analysée dès son émergence jusqu'à nos jours. Si après une période, la fonction touristique est reprise, alors il s'agit d'un arrêt temporaire et donc le lieu présente une fonction touristique intermittente au cours de son évolution. S'il s'agit d'un arrêt définitif pendant la période considérée, alors nous parlons d'arrêt touristique et si l'arrêt est temporaire, alors le lieu est « **intermittent** »<sup>17</sup>. Le cas d'un lieu touristique qui garde sa fonction touristique tout le long de son existence est appelé « maintenance touristique » ou **lieu « permanent »**<sup>18</sup>. L'un des

---

<sup>14</sup> Voir la définition du concept de « mise en tourisme », Equipe MIT, 2005, p. 300

<sup>15</sup> Cf. Equipe MIT (2005 ; 2011) pour la notion de qualité de lieu. La question de la date de mise en tourisme et de la méthode proposée pour la déterminer sera développée dans les parties suivantes.

<sup>16</sup> Peut-être, mais pas dans le cadre de la présente recherche budgétée sur trois ans. Cela nécessiterait une équipe entière, de nombreuses années de recherches et des outils, des méthodes et des sources très variées. Donc, nous ne pouvons pas dater les lieux du Monde en fonction de l'arrivée sur place des premiers touristes.

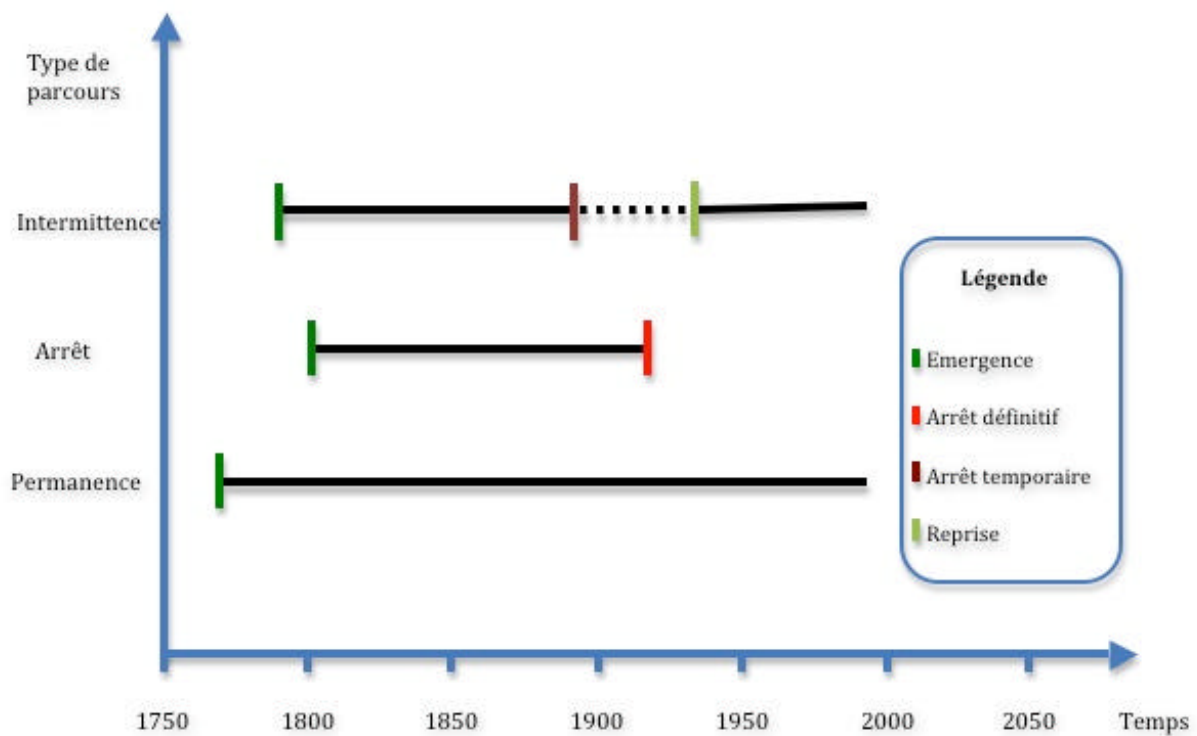
<sup>17</sup> C'est ici le lien avec le projet « Abîme et métamorphose. Une recherche interdisciplinaire sur le développement des stations touristiques » où les notions de « relais », « abîme » et « métamorphose » réfèrent à des trajectoires de lieux touristiques.

<sup>18</sup> La permamanence touristique est la capacité d'un lieu de maintenir sa fonction touristique tout le long de son existence par l'invention continue de nouvelles pratiques touristiques.



objectifs vise à identifier ces lieux en quantité et en qualité. Le schéma suivant explique graphiquement les différents parcours des lieux touristiques.

**Fig. no. 9** - Parcours des lieux touristiques



Conception et réalisation : Andreea Antonescu

Il s'agit d'un exemple qui sert d'illustration du raisonnement méthodologique. Les découpages temporels en fonction de ces moments seront propres à chaque lieu. Le parcours d'un lieu « intermittent » peut avoir plusieurs périodes de « pause ». Ces périodes apparaissent après un arrêt de la fonction touristique. Etant donné que quelques années plus tard, la fonction touristique est reprise, nous pouvons qualifier ce moment « d'arrêt temporaire ». Mais qu'en est-il du moment de reprise de la fonction touristique ? Peut-on le qualifier de renaissance touristique ? En fin de compte, ces périodes de « pause », représentent-elles des crises touristiques ? Ce sont des interrogations qui complètent notre questionnement sur le parcours des lieux touristiques.

### 3.1.1.3. Les qualités de lieu

Un autre objectif de cette recherche est celui d'identifier les lieux, les distinguer. Nous disposons de plusieurs façons accès conceptuels :

a) entrer par les types de lieux touristiques : ville touristique, d'une station, d'un comptoir, d'un site selon la typologie de l'équipe MIT (2002), voire y ajouter les qualificatifs bio-physiques (balnéaire, thermale, de montagne) ou socio-culturels (ville-station, station à fonctions urbaines diversifiées).

b) entrer par les pratiques : quelles sont les pratiques dominantes d'un lieu touristique et à quel moment un changement de pratiques a lieu ? Par exemple, traiter les stations touristiques (balnéaires, thermales et de sport d'hiver) à partir d'une méthode basée sur les guides de voyage thématiques<sup>19</sup>.

Comment identifier ces différents moments ? La recherche des moments comme la mise en tourisme ou l'arrêt touristique peut être, selon les cas, assez facile pour les villes touristiques, les comptoirs et les stations créées pour le tourisme, parce que l'on peut trouver la date à la quelle des installations spécifiques ont été inaugurées (par exemple, les remontées mécaniques dans une station de ski) ou des infrastructures d'hébergement (l'ouverture du premier hôtel) y ont été implantées ou désaffectées (par exemple la fermeture d'une station). En revanche, la recherche de ces dates est difficile pour les sites touristiques, parce que l'on ne trouve pas d'indications sur l'implantation d'un hôtel ou d'une installation pour le tourisme, mais seulement des références sur la présence des touristes sur place pour des différentes raisons : pour la pratique d'un sport comme le surf ou pour la beauté du paysage etc.

### 3.1.2. Les guides touristiques comme source

Nous allons explorer une source spécifique, celle des guides touristiques. Il s'agit là d'un choix qui nécessite explication. Quelle structure de données est suffisamment cohérente et homogène sur 200 ans ? Plusieurs réponses à cette question : a) les journaux, b) les guides touristiques, c) les archives municipales, d) les classements étatiques. Nous proposons de recourir aux guides touristiques afin de construire une certaine perspective sur la mondialisation touristique depuis 1800.

Le guide touristique – imprimé ou numérisé – est un moyen d'information et de promotion touristique utilisé par le touriste. C'est un instrument textuel qui sert d'introduction à la découverte d'un espace inconnu ou insuffisamment connu. Il peut contenir des informations pratiques (par exemple où se loger, où manger, quoi visiter), des informations géographiques (quels lieux visiter, descriptions de paysages, informations d'orientation dans le territoire etc.) que nous allons privilégier dans notre étude, mais aussi des informations d'ordre culturel, historique, politique etc. Il offre une lecture de l'espace touristique parmi d'autres<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Méthode explicitée plus loin, dans la partie destinée aux guides de voyage thématiques.

<sup>20</sup> D'autres sources possibles : offices de tourisme, tour opérateurs, entreprises etc.

Pourquoi avoir préféré cette source d'informations aux autres ? Après une analyse complexe du genre littéraire – guide de voyage – et à la suite d'une série de tests méthodologiques, nous pouvons affirmer que c'est le seul moyen à fournir des informations exploitables pour déterminer la date de mise en tourisme, l'arrêt définitif ou temporaire ou encore la continuité de la fonction touristique d'un lieu, ainsi que la nature des pratiques touristiques des stations. C'est une source qui répond à nos besoins en termes d'informations aussi bien sur le plan temporel<sup>21</sup> que spatial<sup>22</sup>. Une autre raison est la question de l'accessibilité aux guides. Même si l'accès aux guides est loin d'être facile, une certaine quantité d'informations est assurée, une liberté du choix du corpus est garantie. Les guides de voyage offrent des informations sur les mêmes domaines d'intérêt : informations pratiques (hôtels, restaurants, transport), informations administratives, géographiques etc. L'organisation du contenu est similaire même entre maisons d'édition différentes. Grâce à la longévité du genre, on peut suivre un lieu dans le temps ou une information spécifique sur un lieu en parcourant plusieurs éditions. La richesse des éditions, des collections et des lieux décrits, fait des guides de voyage une source robuste et homogène. Néanmoins, les résultats obtenus à partir de cette source seront le reflet d'une vision spécifique : celle des guides de voyage. Le guide touristique est un outil de confirmation sociale sur la naissance d'un espace touristique. En même temps, il participe à la promotion de certains lieux touristiques et à la suppression des autres. Il fait des sélections, il décide. C'est pourquoi, l'image offerte par les guides sur le réseau mondial des lieux touristiques est incomplète, est partielle. C'est une perspective spécifique aux guides de voyages.

Une méthode se servant des guides de voyage visant la production d'un indicateur touristique a déjà été utilisée dans la littérature géographique ou historique : la méthode semi-automatisée. Celle-ci consiste dans l'analyse, via un logiciel, de guides numérisés (Napoléone et al., 2011). Il s'agit d'un travail sur la notoriété touristique des communes en Corse où une collecte quantitative de comptage des éléments dans un corpus a été réalisée. La démarche consiste à comparer deux bases de données – l'une obtenue par numérisation de trois guides touristiques – et l'autre issue de l'INSEE qui comportait l'ensemble des noms des communes. La méthode utilisée par Napoléone et al. (2011) n'est pas une méthode d'extraction des lieux, mais une de comptage. On compte le nombre d'occurrences d'un toponyme dans un guide. Après avoir numérisé les guides par reconnaissance de texte, le logiciel utilisé reconnaît les toponymes à compter, puisqu'il les compare à ceux qui se trouvent dans un fichier préalablement établi<sup>23</sup>. A partir de là on peut associer d'autres informations à chaque toponyme. Par exemple des informations utiles qui caractérisent chaque lieu et qui pourraient renseigner sur les pratiques touristiques de l'époque ou sur l'importance du lieu par rapport à d'autres.

La méthode semi-automatisée est adaptée à la collecte d'une grande quantité des données, ce qui représente l'ambition de notre étude qui prend comme terrain d'étude, le Monde, et comme profondeur historique, les deux dernières centaines. Nous avons une collecte quantitative d'extraction d'éléments à réaliser, *sans* disposer d'une base de données à comparer. Nous avons donc les problèmes suivants. *Primo*, la source utilisée est celle des guides numérisés, ce qui signifie faire un travail préalable de numérisation l'ensemble des guides qui nous intéressent

---

<sup>21</sup> L'apparition des premiers guides de voyage est datée vers 1780.

<sup>22</sup> L'espace-Monde.

<sup>23</sup> Il s'agit ici de tous les noms de communes de Corse.

(environ 1000). Ce travail est nécessaire car les guides déjà numérisés (par les bibliothèques ou par Google) sont encore peu nombreux. De plus, un éventuel travail de numérisation des guides anciens pose de difficultés non négligeables financières, temporelles et administratives (certains guides appartiennent à des bibliothèques situées dans un autre pays ou une région et ne peuvent pas être empruntés, mais seulement consultés sur place). Enfin, la majorité des guides numérisés par Google ou par une autre institution - en général des universités ou des bibliothèques nationales - couvre seulement la période allant jusqu'au début du 20<sup>e</sup> siècle, c'est-à-dire lorsque le guide n'est plus protégé par la loi sur les droits d'auteur et appartient donc au domaine public<sup>24</sup>. C'est-à-dire, à partir du début du 20<sup>e</sup> siècle, les guides sont soumis au droit d'auteur et donc payants. Donc la limite temporelle est double : le corpus des guides serait limité dans le temps au début du 20<sup>e</sup> siècle et le temps nécessaire pour le scannage et pour la reconnaissance du texte à travers un logiciel spécialisé serait considérable.

*Secundo*, notre intérêt est de pouvoir extraire tous les lieux touristiques mentionnés dans un guide. Or les guides contiennent de très vastes informations, et l'extraction des toponymes ne peut se faire automatiquement, en raison de l'absence d'une base de référentiel. En conclusion, un tel logiciel ne nous serait pas utile dans notre démarche que s'il pouvait extraire les noms de lieux et les afficher dans un document. La méthode semi-automatisée ne correspond pas à nos besoins et donc nous allons employer une méthode, manuelle<sup>25</sup>, qui risque d'être laborieuse et moins rapide, mais exacte et vérifiable. Nous allons, toutefois, essayer d'employer toute technique informatique qui pourra être utile dans l'augmentation de la vitesse de travail.

### 3.1.3. La constitution du corpus

La littérature des guides de voyage est très riche. Le pas suivant est celui de répondre aux questions suivantes : comment sélectionner, comment trouver et comment organiser les guides ?

En ce qui concerne la sélection des guides, il y a plusieurs éléments dont on doit tenir compte : un guide est publié par un éditeur / maison d'édition, il est réédité à un certain intervalle de temps, il est consacré à un espace géographique déterminé et il a des variantes traduites dans d'autres langues.

Une première opération est celle de la *sélection en fonction de l'éditeur* / maison d'édition. Il est inutile de mentionner que nous n'allons pas pouvoir consulter tous les guides de voyages qui existent dans le monde. Nous allons utiliser uniquement les grandes collections de guides : Baedeker, Murray, Guides Joanne, Guides Bleus, Guide du Routard, Lonely Planet etc.<sup>26</sup> tout en vérifiant que tous les continents seront pris en compte. Toutefois, avant l'apparition des grandes collections, nous sommes obligés de sélectionner parmi les auteurs les plus connus et les plus publiés comme Reichard et son successeur Richard.

---

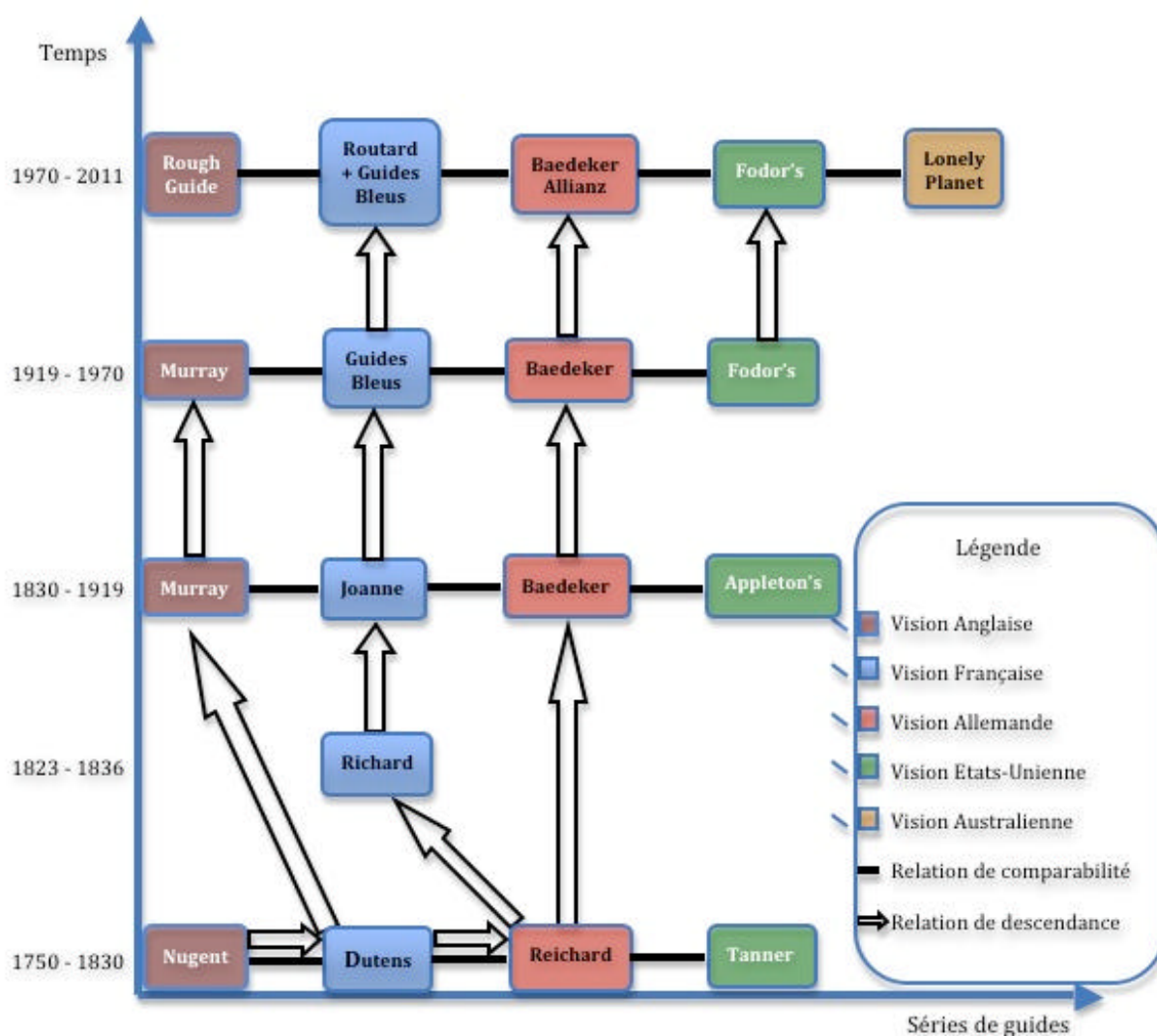
<sup>24</sup> D'après la notice d'introduction de n'importe quel document numérisé par Google, « "appartenir au domaine public" signifie que le livre en question n'a jamais été soumis aux droits d'auteur ou que ses droits légaux sont arrivés à expiration ».

<sup>25</sup> C'est-à-dire, extraire manuellement les lieux depuis les index alphabétiques des guides de voyage.

<sup>26</sup> Voir figure no. 10 ci-après.

Les guides sont très différents dans leur promotion de lieux touristiques et cela en fonction de la maison d'édition. C'est-à-dire, que les différentes maisons d'édition ne proposent pas le même nombre de lieux touristiques. En termes de quantité, il y a même de grands écarts. Par exemple, le Guide Delta sur l'Italie de 1982 propose 400 lieux, alors que les Guides Bleus pour le même pays proposent en 1988, 1693 lieux. C'est pourquoi notre choix concernant les grandes collections se justifie, car notre but est d'avoir une image détaillée des lieux touristiques dans le Monde. Une façon de réduire le corpus est de choisir le premier éditeur qui a publié un guide sur un espace/pays. Par exemple : pour la France choisir les éditeurs français : Richard, Audin et ensuite Hachette avec les guides Joanne et Guides Bleus ; pour l'Allemagne choisir les guides Baedeker, pour le Royaume Uni choisir les guides Murray, pour l'Amérique du Nord choisir les guides Appleton's etc.

**Fig. no. 10 - Sélection en fonction de l'éditeur**



Conception et réalisation : Andreea Antonescu

La même logique peut s'appliquer pour les colonies : des guides anglais pour l'Inde et l'Afrique du Sud, des guides français pour l'Afrique et la Polynésie française etc. Mais ensuite, nous avons considéré que ce sera très intéressant d'avoir les différentes visions des éditeurs sur les lieux touristiques. C'est-à-dire, le point de vue en fonction de la nationalité de l'éditeur. En supposant que les guides sur des pays étrangers étaient destinés au public de même nationalité que l'éditeur, nous pouvons savoir quels ont été les lieux touristiques préférés des Anglais, des Français, des Etats-Uniens, des Allemands et des Australiens. La figure no. 8 explicite notre choix des éditeurs de guide de voyage à partir de l'apparition du genre littéraire jusqu'à présent. Le but est de pouvoir comparer les différentes visions entre elles. Donc, nous avons besoin que les différents corpus soient comparables en termes d'espaces décrits, de période de publication et de style rédacteur.

Une seconde opération concerne l'espace de représentation, le référentiel géographique du guide. *L'espace* décrit par un guide de voyage représente un élément très important. Les espaces étendus seront privilégiés parce qu'ils offrent un nombre important de lieux touristiques : les espaces nationaux et les associations des espaces nationaux ou régionaux. En fonction des affinités, les lieux promus peuvent être très différents pour un même espace d'un éditeur à l'autre. Pour ne pas dépendre de ces affinités et références des maisons d'édition, nous proposons de consulter, pour la même année (ou période proche si possible) et pour le même espace, plusieurs éditeurs. Nous allons nous limiter, toutefois, aux éditeurs proposés au point dans la figure 8. Par exemple, pour une édition de 1945 du Guide Bleu sur l'Italie, il va falloir chercher d'autres éditeurs, parmi ceux indiqués ci-dessus, qui ont consacré un guide à l'Italie aux alentours de l'année 1945. A partir des lieux extraits de ces guides nous pouvons ensuite dresser la carte touristique de l'Italie à cette époque-là. Les lieux figurant sur une telle carte seront issus d'un croisement entre les lieux recommandés par les éditeurs choisis. On peut dire qu'une telle carte sera quasi complète (puisque vérifiée) en termes de lieux touristiques à un moment donné. Des comparaisons entre les lieux mentionnés par les différents éditeurs seront mises en place. Les titres doivent être choisis de telle façon qu'ils couvrent tous les pays abordés par l'éditeur en question.

Pour bien correspondre aux besoins des touristes et pour tenir le pas avec les changements du moment, l'information d'un guide de voyage est renouvelée fréquemment, actualisée : elle est *mise à jour*. Ce qui fait qu'il y a des mises à jour annuelles ou bisannuelles, même au 19<sup>ème</sup> siècle. Ces mises à jour peuvent comprendre : des corrections d'erreurs faites dans les éditions antérieures, des informations supplémentaires sur un aspect du voyage (vie politique, précisions de distances, nouveaux éléments pratiques, nouveaux lieux touristiques etc.). Notre intérêt se porte uniquement sur l'augmentation ou la diminution du nombre de lieux touristiques proposés. La méthode consiste à noter tous les lieux mentionnés dans un guide touristique tout en vérifiant les mises à jour des lieux dans les éditions suivantes ou antérieures, selon le cas. C'est-à-dire suivre dans le temps une collection de guides pour un espace choisi. Nous ne pouvons pas encore approximer l'intervalle de temps pour une telle mise à jour. Cet intervalle peut beaucoup varier en fonction de l'espace/pays, en fonction de l'éditeur choisi<sup>27</sup> et en fonction du nombre des éditions publiées pour un titre.

---

<sup>27</sup> Pour les espaces bénéficiant de nombreuses éditions du même éditeur, l'intervalle peut être très réduit. Par exemple, les Guides Joanne (1866-1912) sur la Suisse l'intervalle est de 1 à 6 ans.

Nous allons sélectionner pour un espace les éditions d'un éditeur. Après avoir choisi, à partir d'un catalogue, les titres, nous allons sélectionner les éditions nécessaires au traitement en fonction de la mise à jour des informations à l'intérieur du guide. Comment déterminer la mise à jour d'un guide ? La méthode idéale sera de comparer l'index alphabétique de chaque édition avec celui de l'édition suivante en matière de nombre de lieux. Il s'agirait d'une vérification de nombre des lieux contenus dans les index alphabétiques. Le but est de déterminer si l'index des lieux d'une édition est différent de celui de l'édition suivante ou précédente. Pour sélectionner les éditions en fonction de leur mise à jour il faudrait avoir analysé la totalité du corpus pour chaque maison d'édition choisie<sup>28</sup>. En revanche, cette opération de sélection pose des contraintes temporelles et financières considérables, car la plupart des guides seront consultés au sein des bibliothèques situées à l'étranger. Alors, pour la constitution du corpus, nous proposons que la sélection en fonction de la mise à jour des éditions soit faite en fonction d'une série d'informations qui accompagnent le titre d'une édition. Des informations comme la mise à jour des cartes<sup>29</sup> et des plans et le nombre des pages du guide seront vérifiées, mais aussi l'existence ou l'absence d'une mention (certains guides le font) sur la mise à jour de l'édition : par exemple, on trouve dans les premières pages des guides une mention du genre « mise à jour des informations pratiques, année » ou bien tout simplement « édition mise à jour » et qui ne mentionne pas l'aspect qui a été mis à jour.

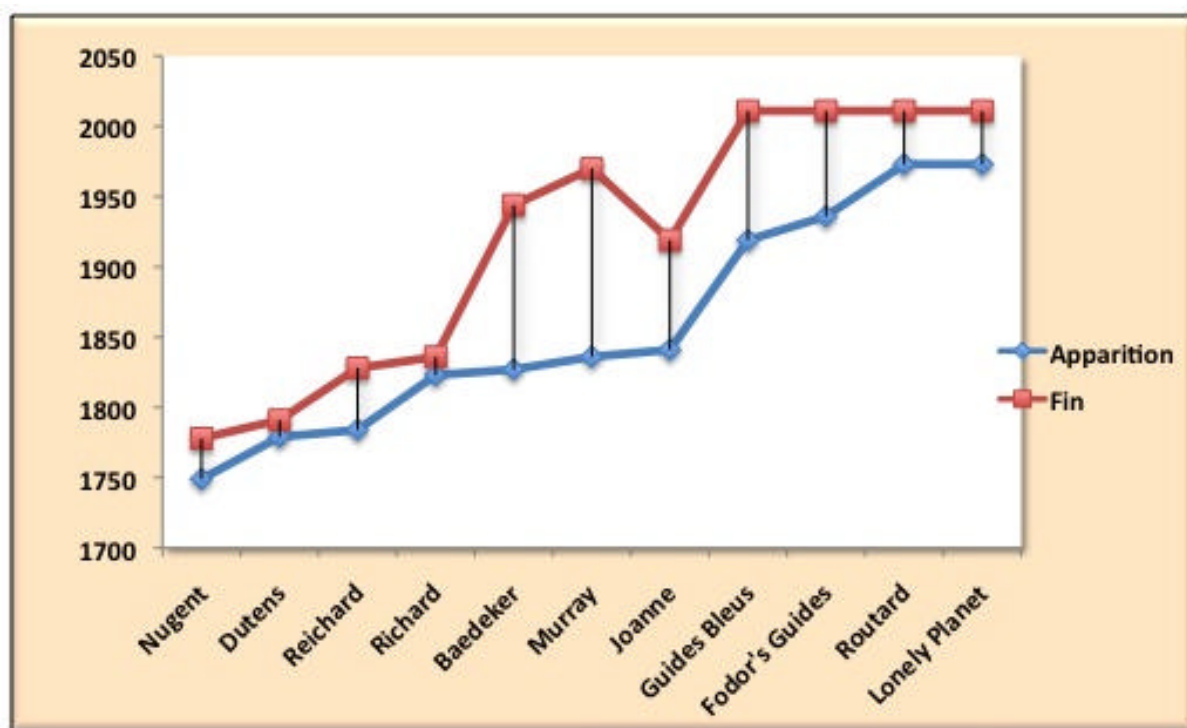
La figure ci-dessous montre les plages temporelles à vérifier pour chaque éditeur. La sélection des mises à jour des éditions sera faite sur toute la durée d'existence de chaque titre présent dans une collection de guides.

---

<sup>28</sup> Pour illustrer : suite aux sélections en fonction de l'éditeur et de l'espace nous avons estimé la totalité de notre corpus de guides de voyage à environ 3000 guides. Mais à partir de ces 3000 guides il faut sélectionner les éditions en fonction de leur mise à jour. Après cette opération il nous restent environ 1000 guides de voyage à exploiter.

<sup>29</sup> Les mises à jour des plans et des cartes commencent à être de plus en plus fréquents à partir de 1884-1885. Les mises à jour des cartes se fait tous les 2 ans, mais ce n'est pas toujours valable (Morlier H., 2007, Les Guides-Joanne).

**Fig. no. 11 - Principales collections de guides et leur plage temporelle à exploiter**



Conception et réalisation : Andreea Antonescu

La sélection des éditions mises à jour sera réalisée à partir d'une liste<sup>30</sup> de toutes les éditions d'un guide, c'est-à-dire d'un même titre<sup>31</sup>, sur tous les espaces auxquels l'éditeur s'est intéressé. Une telle liste devrait comprendre : le titre du guide, l'année d'édition, l'éditeur et si possible le nom de l'auteur, le numéro de l'édition, le nombre des pages, le nombre des cartes et des plans. Si le nombre des pages, des cartes et des plans est identique à l'édition précédente du titre, alors on considère qu'il n'y a pas eu de mise à jour. En revanche, si tous ces éléments sont différents d'une édition à l'autre, alors on considère que le guide a été mis à jour et on retient l'édition mise en question. Nous ne pouvons pas mettre en place une méthode de sélection qui soit applicable telle quelle pour tous les éditeurs et pour tous les titres. Chaque titre de guide a sa propre évolution dans le temps. Il est donc nécessaire de faire des sélections personnalisées pour chaque titre.

La méthode que nous proposons est de lister, pour chaque éditeur, les titres des guides et leurs années d'éditions ainsi que le nombre de pages et de cartes et des plans (cf. fig. 12). Le premier pas est de choisir, par défaut, la première et la dernière édition. À partir de là il faut établir la longévité du titre dans le temps. Prenons l'exemple sur le titre «Schweiz » des guides Baedeker. En opérant un tri croissant des années de publication ou du numéro d'édition, nous pouvons ainsi

<sup>30</sup> Les titres des guides sont extraits à partir des catalogues mis à disposition par les bibliothèques et les centres de documentations consultés.

<sup>31</sup> Quoique, les titres peuvent évoluer avec le temps, mais le format de base reste le même.



suivre le titre choisi dès sa première apparition jusqu'à sa dernière. Pour la Suisse, nous avons déterminé que le premier guide Baedeker, publié en allemand<sup>32</sup>, est apparu en 1844 et le dernier en 1937. Ensuite les sélections s'opèrent entre ces deux dates. Il faut tenir compte de plusieurs éléments : le nombre d'éditions – ici 39 – et l'espace temporel dans lequel ces éditions sont publiées – ici 93 ans. Cela ferait, en moyenne, une édition tous les deux ans. Nous allons donc choisir les éditions qui ont été publiées à un écart d'au moins 2 ans ou plus. Par exemple pour le guide sur la Suisse, l'édition numéro 4 publiée en 1852 ne fait pas l'objet d'une mise à jour par rapport à l'édition précédente, publiée un an avant, puisque le nombre des cartes et des plans reste identique. Il en est de même pour l'édition numéro 5 en 1853 qui, elle, a été rééditée l'année suivante sans aucun changement, car les informations sur le nombre des pages, des cartes et des plans restent les mêmes. Il en résulte que les éditions temporellement proches ou consécutives sont semblables et sans doute identiques (ou presque) en termes de lieux touristiques mentionnés. Il se peut, bien évidemment, que la liste des lieux ne soit pas la même, mais les différences sont peu significatives. L'opération est donc d'éliminer les éditions que nous soupçonnons d'être similaires ou très proches en matière de nombre de lieux contenus.

Il faut dire que le nombre des cartes et des plans change souvent, presque d'une édition à l'autre. C'est pourquoi, il faut corrélérer cette information avec le nombre de page et avec l'année d'édition pour une sélection plus minutieuse. Par exemple, pour les guides Baedeker sur la Suisse, entre 1844 et 1937, nous avons sélectionné 17 éditions<sup>33</sup>. Cela signifie, en moyenne, une édition tous les 5.4 ans. Il s'agit ici d'une première sélection, nous pouvons en faire une deuxième pour augmenter l'écart entre les éditions et rendre le travail de collecte faisable. La sélection montrée par la figure ci-dessous est à titre d'exemple uniquement.

---

<sup>32</sup> Par exemple, la traduction de la même édition en français est apparue en 1852 et en anglais en 1863.

<sup>33</sup> Les éditions sélectionnées sont en rouge sur la figure no. 12.

**Fig. no. 12 – Sélection des guides en fonction de la mise à jour des éditions :  
exemple de s guides Baedeker sur la Suisse**

Nom Guide + no. d'édition	Année de publication	No. pages	Cartes & plans
Schweiz, 1	1844	xxxi, 536	1 map, ? plans
Schweiz, 2	1848	xxviii, 492	1 map, 4 plans
Schweiz, 3	1851	xl, 503	1 map, 4 plans
Schweiz, 4	1852	xxxvi, 396	1 map, 4 plans
Schweiz, 5	1853	xl, 374	5 maps, 4 plans
Schweiz, 5	1854	xl, 374	5 maps, 4 plans
Schweiz, 6	1856	liv, 416	6 maps, 7 plans
Schweiz, 7	1857	xlvii, 400	7 maps, 8 plans
Schweiz, 8	1859	xlvihi, 390	7 maps, 9 plans
Schweiz, 8	1860	xlvihi, 390	7 maps, 9 plans
Schweiz, 9	1862	liv, 466	9 maps, 8 plans
Schweiz, 9	1863	liv, 466	10 maps, 6 plans
Schweiz, 10	1864	liv, 458	15 maps, 7 plans
Schweiz, 10	1865	liv, 458	15 maps, 7 plans
Schweiz, 11	1867	xlvihi, 427	19 maps, 7 plans
Schweiz, 11	1868	xlvihi, 427	19 maps, 7 plans
Schweiz, 12	1869	lii, 425	21 maps, 7 plans
Schweiz, 12	1870	lii, 425	21 maps, 7 plans
Schweiz, 13	1871	lii, 423	21 maps, 7 plans
Schweiz, 14	1872	lii, 427	21 maps, 7 plans
Schweiz, 15	1873	lii, 435	22 maps, 10 plans
Schweiz, 16	1875	lii, 455	23 maps, 10 plans
Schweiz, 17	1877	lii, 456	24 maps, 10 plans
Schweiz, 18	1879	lii, 460	24 maps, 10 plans
Schweiz, 19	1881	xxx, 480	26 maps, 10 plans
Schweiz, 20	1883	xxviii, 479	32 maps, 9 plans
Schweiz, 21	1885	xxviii, 472	35 maps, 9 plans
Schweiz, 22	1887	xxviii, 480	36 maps, 10 plans
Schweiz, 23	1889	xxviii, 479	38 maps, 11 plans
Schweiz, 24	1891	xxviii, 482	39 maps, 11 plans
Schweiz, 25	1893	xxviii, 480	39 maps, 12 plans
Schweiz, 26	1895	xxviii, 476	47 maps, 12 plans
Schweiz, 27	1897	xxviii, 484	49 maps, 12 plans
Schweiz, 28	1899	xxviii, 508	54 maps, 12 plans
Schweiz, 29	1901	xxxii, 544	59 maps, 13 plans
Schweiz, 30	1903	xxxii, 548	65 maps, 14 plans
Schweiz, 31	1905	xl, 554	63 maps, 17 plans
Schweiz, 32	1907	xlvi, 564	69 maps, 18 plans
Schweiz, 33	1909	xlvi, 572	72 maps, 19 plans
Schweiz, 34	1911	xlvi, 583	75 maps, 20 plans
Schweiz, 35	1913	xlvi, 586	77 maps, 21 plans
Schweiz, 36	1920	xxxii, 512	80 maps, 24 plans
Schweiz, 36	1920	xxxii, 512	80 maps, 24 plans
Schweiz, 37	1927	lvi, 600	81 maps, 30 plans
Schweiz, 38	1930	lxii, 614	82 maps, 29 plans
Schweiz, 39	1937	lxiv, 608	75 maps, 28 plans

En fonction de la politique d'organisation du centre de documentation, les informations mentionnées (nombre des cartes, des plans et des pages) peuvent accompagner le titre du guide ou au contraire, elles peuvent être absentes. Dans le cas de leur absence, la sélection des éditions sera réalisée en fonction d'autres critères et non pas en fonction de la mise à jour. Ces critères sont le nombre des éditions d'un titre et les périodes de temps entre ces éditions. Il s'agit ici de faire une estimation des mises à jour en fonction de l'écart temporel entre les éditions sans s'appuyer sur d'autres informations complémentaires comme pour la méthode décrite ci-dessus.

### 3.1.4. La construction des bases de données

Il faudra distinguer entre deux types de bases de données : celle constituée des titres des guides pour chaque maison d'édition et sur la base de laquelle nous faisons les sélections expliquées ci-dessus et la base de données qui contient les lieux touristiques mentionnés à l'index alphabétique de chaque titre. Il s'agit en fait de deux étapes de collecte successives : d'abord les titres et ensuite les lieux touristiques contenus par chaque titre. Nous allons dédier les paragraphes suivants à la construction de la base de données proprement dite, celle constituée de lieux touristiques.

Après avoir sélectionné les éditions pour chaque titre de guide, il faut passer à la phase d'extraction des lieux touristiques mentionnés dans l'index alphabétique. Le premier pas est de construire une trame de base de données, c'est-à-dire d'identifier les données qui y seront introduites. Les éléments suivants paraissent cruciaux : le nom des lieux touristiques, l'année d'édition et le type des lieux.

Le lieu touristique représente «un ensemble localisé et localisant de tourisme. C'est le résultat provisoire de la transformation d'un endroit en lieu par le tourisme (processus d'invention), ainsi que celle d'un lieu déjà constitué en un lieu d'une nouvelle qualité (...) ainsi on distingue le site, le comptoir, la station, la ville, les deux derniers pouvant être affinés en station-ville, ville à fonction touristique, ville touristique » (Equipe MIT, 2005, p. 340). Le nom du lieu sera noté tel qu'il apparaît dans le guide de voyage, mais des modifications peuvent apparaître au moment du traitement.

L'année d'édition est la date à laquelle le guide a été publié. Cette date se trouve, en général, en couverture ou en bas de la page titre du guide ou encore en bas des dernières pages. Il peut arriver que certains guides<sup>34</sup> ne mentionnent pas la date de publication. Dans un pareil cas, nous pouvons la déduire, par exemple, à partir de la date trouvée sur une carte ou dans les publicités souvent très nombreuses (placées au début et/ou à la fin du guide) ou encore à partir d'une date mentionnée en introduction. Dans ce cas il s'agira, bien sûr, d'une date approximée.

Les informations sur le type de lieu touristique en fonction des pratiques feront l'objet d'une méthode fondée sur les guides thématiques. Ces éléments se trouvent dès le titre du guide. Par

---

<sup>34</sup> Il est très rare que l'on ne trouve pas la date d'édition, en général il s'agit de guides très anciens.

exemple, les lieux mentionnés à l'intérieur des guides sur les « Stations d'hiver de la Méditerranée » publiés par Paul Joanne, seront classés comme stations balnéaires et thermales. En ce qui concerne la méthode appuyée sur les guides généraux, ces informations seront notées seulement si elles sont à portée de main<sup>35</sup>.

Les informations complémentaires de localisation sont optionnelles, puisque les coordonnées géographiques sont suffisantes pour la représentation sur une carte. Le complément sur la localisation est présent dans la base de données seulement si nous considérons que le lieu est difficile à localiser ou en cas d'homonymie des lieux.

Le pays représente seulement un élément de localisation du lieu et un moyen d'organisation dans la base de données. Il ne fera pas l'objet d'une classification ou d'une requête par pays. L'accent sera mis sur le niveau local et non pas sur celui national.

**Fig. no. 13 – Le guide Joanne (Hachette) sur les stations d'hiver de la méditerranée en 1883 : exemple de base de donnée en forme initiale**

Lieu	Pays	Date d'édition	Localisation	Observation (type de lieu, etc.)
Ajaccio	Corse	1883		
Alassio	Italie	1883		station d'hiver et bains de mer, étoilé
Albenga	Italie	1883		étoilé
Antibes	France	1883		
Arenzano	Italie	1883		bains de mer
Beaulieu	France	1883		
Berthemont	France	1883		station thermale
Bollène	France	1883		lieu de villégiature fréquenté par les Niçois
Bordighera	Italie	1883		
Bormes	France	1883		étoilé
Cannes	France	1883		
Cogolin	France	1883	proximité St. Tropez	
Dolce Aqua	Italie	1883	vallée de la Nervia	

Dans un premier temps, tous les lieux seront organisés par titre comme montré dans la figure 11. Il s'agit donc d'une multitude de listes de lieux touristiques extraits à partir d'un titre appartenant à une collection de guides. Dans un deuxième temps, les listes de lieux obtenues par année d'édition et par titre<sup>36</sup> seront réorganisées et préparées pour l'obtention de nouvelles données : la date de mise en tourisme, l'arrêt, la reproduction et les intermittences touristiques. La méthode

<sup>35</sup> Si elles sont mentionnées dans l'index alphabétique ou dans la partie « renseignements pratiques », présente à la fin de certains guides comme les Guides Bleus, et qui représente un répertoire des lieux les plus importants et leur caractéristiques (type de lieu – station thermale, de bains de mer, de villégiature etc. - choses à voir, hôtels et nombre de lits, informations sur l'existence d'institutions comme la poste ou l'office de tourisme, transports, institutions culturelles et localisations des agences de voyage).

<sup>36</sup> Le titre fait, en général, référence à un espace géographique, souvent national, mais aussi régional ou local.

visé à regrouper dans un même fichier les lieux appartenant au même espace ou titre et de les disposer par colonnes. Chaque tête de colonne représente une année d'édition (voir figure 13).

Une première opération est de déterminer la date d'émergence des lieux touristiques. L'opération est de comparer deux listes de lieux touristiques, chacune représentant une année d'édition. Par l'intermédiaire des formules conditionnelles nous allons extraire les lieux mentionnés dans une édition mais qui n'apparaissent pas dans l'édition précédente. Par exemple, dans la figure 14 nous avons deux années d'édition des guides Joanne sur les stations d'hiver de la Méditerranée : 1883 et 1898. Notre but est de savoir quels sont les nouveaux lieux qui sont apparus en 1898 et qui n'ont pas été mentionnés dans l'édition précédente, soit 1883<sup>37</sup>. L'année d'édition de ces nouveaux lieux représente la date de leur mise en tourisme. Par exemple, des lieux comme Agay, Bandol, Cagnes sont mentionnés par les guides Joanne pour la première fois en 1898. Leur émergence touristique s'est réalisée sans doute pendant la période allant de 1883 à 1898. La méthode que nous proposons ne nous permet pas de savoir la date exacte d'émergence, donc nous allons retenir l'année où les lieux sont mentionnés pour la première fois<sup>38</sup>, soit 1898. Cette opération sera répétée entre deux années d'édition jusqu'à la dernière année mentionnée dans une base de données initiale sur le même espace. A la fin, nous obtenons pour chaque lieu des dates assez précises.

Ensuite, il convient d'obtenir les noms de lieux qui ont cessé d'être touristiques entre les deux dates analysées (colonne 1883-1898<sup>39</sup>, arrêt touristique). La méthode est la même que pour la date d'émergence, sauf que l'ordre des colonnes dans la formule est inversé. Il s'agit ici de savoir quels sont les lieux qui étaient touristiques jusqu'en 1883, mais qui n'apparaissent plus dans l'édition suivante, de 1898. Des lieux comme Alassio et Arenzano cessent d'être considérés touristiques par les guides Joanne ; leur dernière mention est en 1883, qui sera retenue comme date d'arrêt touristique pour ces lieux. Néanmoins, cet arrêt peut être temporaire. Si les toponymes apparaissent dans une édition suivant à celle de 1898, alors il s'agit, dans ce cas là, de lieux touristiques intermittents.

Déterminer les arrêts et les intermittences touristiques représente une opération minutieuse et complexe. Le guide de voyage est une source limitée à ses politiques éditoriales. En fonction des préférences de l'éditeur, certains lieux touristiques sont promus dans le guide et d'autres non. C'est pourquoi, pour vérifier l'arrêt touristique d'un lieu, il convient de vérifier si cet arrêt est confirmé ou non par d'autres éditeurs et seulement ensuite retenir la date d'arrêt. Il s'agit ici de comparer les différentes visions éditoriales entre elles.

Une troisième opération est celle de déterminer quels sont les lieux qui ont continué d'être promus dans les guides touristiques (colonne 1883&1898<sup>40</sup>, lieux « permanents »). Pour reprendre notre exemple, des lieux comme Ajaccio, Antibes ou Cannes restent dans les préférences des éditeurs entre les deux années d'éditions analysées. Pour déterminer si ces lieux

---

<sup>37</sup> Les lieux qui figurent dans la colonne 1898, et ne se retrouvent pas dans la colonne 1883.

<sup>38</sup> Il faut, bien évidemment, avoir vérifié qu'il s'agit de la première mention et non pas d'une intermittence touristique.

<sup>39</sup> Les lieux qui figurent dans la colonne 1883, et ne se retrouvent pas dans la colonne 1898.

<sup>40</sup> Les lieux communs entre les deux colonnes.

représentent des lieux touristiques dits « permanents », il faut reproduire l'opération jusqu'à une édition contemporaine.

Seulement après ce traitement nous pouvons passer à la phase de préparation pour l'exploitation cartographique : il s'agit de l'affectation des coordonnées géographiques à chaque lieu présent dans ces bases de données.

**Fig. no. 14 - Exemple de traitement des stations d'hiver de la Méditerranée entre deux années d'édition (extrait partiel du tableau d'origine)**

<b>1883</b>	<b>1898</b>	<b>Nouveaux Lieux</b>	<b>Arrêt touristique</b>	<b>Reproduction</b>
Ajaccio	Agay	Agay		Ajaccio
Alassio	Ajaccio		Alassio	
Albenga	Antibes		Albenga	
Antibes	Bandol	Bandol		Antibes
Arenzano	Beaulieu		Arenzano	
Beaulieu	Bordighera			Beaulieu
Berthemont	Bormes		Berthemont	
Bollène	Cagnes	Cagnes	Bollène	
Bordighera	Cannes			Bordighera
Bormes	Cannet Le	Cannet Le		Bormes
Cannes	Cap d'Antibes	Cap d'Antibes		Cannes
Cogolin	Carqueiranne	Carqueiranne		Cogolin
Dolce Aqua	Cavalaire	Cavalaire		Dolce Aqua

A partir de là, il devient possible de faire des analyses sur la production et la reproduction des lieux touristiques et d'en dériver des périodisations plus précises de la mondialisation du tourisme qui va au-delà des études de cas. Une autre possibilité est celle de coder chaque lieu en fonction de son type de lieu touristique. Ensuite nous allons pouvoir faire des tris en fonction du type de lieu touristique. Nous allons pouvoir répondre aux questions suivantes : quelles sont les villes touristiques au niveau mondial, et à quel moment ? Quels sont les sites touristiques ou les stations touristiques pendant une période donnée ? Enfin, après avoir défini chaque élément qui va faire l'objet d'une représentation cartographique, nous pouvons passer à la phase finale de préparation du fichier à traiter.

### 3.1.5. Limites méthodologiques

Nous avons identifié trois types de limites méthodologique : les limites qui relèvent de la constitution du corpus des guides, les limites posées par l'analyse de ce corpus et les limites liées à la création et au traitement de la base de données.

1. La constitution du corpus de guides pose quelques problèmes que nous avons pu identifier lors de quelques premiers travaux de collecte. Une première limite est celle du temps. Nous avons fixé comme période de recherche la période allant de 1800 à l'an 2000, ce qui limite notre connaissance sur le moment d'émergence des lieux touristiques mentionnés dans les guides de voyage avant 1800 et après 2000. On connaît (Equipe MIT, 2005) maintenant que l'apparition des premiers lieux touristiques est datée au début du 18<sup>ème</sup> siècle : des lieux comme Bath, Whitby ou Brighton ont été investis par le tourisme dès les premières décennies du 18<sup>ème</sup> siècle. Puisque nous commençons avec les guides publiés à partir de 1800, la date de mise en tourisme des premiers lieux sera limitée à cette année-là. Nous ne pouvons donc pas savoir avec exactitude si les lieux mentionnés par les premiers guides venaient de naître en tant que lieux touristiques ou si leur émergence est beaucoup plus ancienne. En revanche, nous pouvons déterminer quels étaient les lieux touristiques en 1800 et de les suivre ensuite dans le temps.

Une deuxième limite est celle du choix des guides généraux et des grandes collections qui ont été généralement édités par des européens ou des états-uniens. Le problème est celui du regard ouest-européen ou américain. Si l'on prend l'exemple d'un pays extérieur à l'espace de ces éditeurs, un espace africain ou asiatique : il se peut avérer que les touristes étrangers (Européens ou Etats-Uniens) visitent certains lieux et que les autochtones en fréquentent d'autres qui n'apparaissent peut-être pas dans les guides étrangers. De même pour un guide africain ou asiatique qui promeut un espace étranger, lointain, les préférences en matières de lieux touristiques peuvent être très différentes.

Une troisième limite relevant de la constitution du corpus concerne les *guides numérisés*, en libre accès sur Internet. L'opération de collecte sur Internet de ces guides numérisés s'est avérée difficile. Nous rappelons que ces guides sont en général des guides anciens qui ne relèvent pas de la question des droits d'auteur. Le problème constaté est la recherche à partir des mots clés qui s'est avérée difficile. Les différentes plateformes en ligne n'ont pas les mêmes règles en ce qui concerne la façon de nommer un guide. Plusieurs problèmes ont été identifiés, à savoir : les titres sont souvent incomplets, la confusion entre les auteurs, les éditeurs et la collection de guides. Il faut dire qu'une maison d'édition collabore avec plusieurs auteurs, souvent inconnus. Si l'on cherche un guide en fonction de la maison d'édition, il est très possible que le titre recherché ne soit pas trouvé, parce qu'il a été répertorié sous le nom de son auteur. Par exemple, pour les guides Appleton's, en Amérique du Nord, nous avons trouvé les auteurs connus comme Daniel Appleton ou William Wellington, mais nous avons aussi trouvé des guides écrits par Willis Pope Hazard ou encore le Colonel Fremont. Un autre problème est que ces guides ont été réimprimés ou réédités par d'autres auteurs dont on ne connaît pas le nom. Il y a donc ce mélange qui apparaît entre le nom de la collection qui est souvent le nom de la maison d'édition ou de l'éditeur chargé par la collection et les auteurs de ces guides. Par exemple les guides Reichard ont été publiés par différents éditeurs comme : Herbig, Hyacinthe Langlois, Audin, Samuel Leigh, Gandini. Un autre exemple est celui des guides Richard qui ont été publiés par des éditeurs comme Louis Maisson, Audin et Hachette (qui a acheté certains titres<sup>41</sup>) et écrits par des auteurs comme : Audin, Mariana Starke, Ebel, Lutz. Le même problème s'applique aussi aux *guides imprimés*, lorsque l'on essaye de trouver les titres dans les catalogues en ligne des grandes bibliothèques.

---

<sup>41</sup> D'après MORLIER H., 2007.

Une quatrième limite se rajoute dans le processus de constitution du corpus : celle du *découpage spatial* des guides. Autrement dit, les espaces auxquels les titres des guides font référence. Au 18<sup>e</sup> et même au 19<sup>e</sup> siècles on ne divisait pas forcément l'espace en fonction d'une unité nationale ou linguistique comme on a l'habitude aujourd'hui. Beaucoup de pays n'existaient pas dans la forme qu'ils sont aujourd'hui. Par exemple, un guide Baedeker était dédié aux territoires nommés « Palestine », « Abyssinie » ou « Transcaucasia ». Ce qui implique deux points : d'abord, on peut s'interroger sur la construction du découpage par le guide, et le cas échéant, cartographier ce découpage spécifique. Ensuite, on peut traduire ce découpage des territoires dans les frontières nationales actuelles dans un but organisationnel à l'intérieur des bases de données. Ainsi, si un lieu appartenait au 18<sup>e</sup> siècle à la Palestine, aujourd'hui on le situe en Israël. Mais nous soulignons qu'il s'agit purement d'un problème de gestion de fichiers et que cette variable étatique n'est pas prise en compte dans le traitement et l'analyse. L'intérêt est le *lieu touristique* et non pas l'entité étatique dont il fait partie.

2. À partir corpus des guides nous allons extraire les informations dont nous avons besoin, soit les lieux touristiques mentionnés dans l'index alphabétique. La première limite est posée par la présence ou l'absence de l'index alphabétique dans un guide de voyage. Notre intérêt est de choisir des collections de guides qui, systématiquement, proposent un index. Or, certains guides, voir certaines maisons d'édition, n'ont pas d'index alphabétique, ni de table de matière. C'est le cas des Guides Michelin, raison pour laquelle ils ne figurent pas dans la liste des maisons d'édition choisies (cf. fig. 10). L'index alphabétique présente plusieurs aspects : il peut contenir un mélange de noms de lieux et de noms de personnages ou des mots clés. Certains guides utilisent une différenciation de ces trois aspects présents dans l'index par la manière d'écriture. Par exemple les noms de lieux sont notés en gras, ceux des personnages en italique et les mots clés en majuscules. On peut donc faire un tri facilement. Sauf que certains guides ne font pas cette différenciation, ce qui fait que le tri devient assez difficile. Certains guides utilisent l'écriture différente mais dans le texte et non au niveau de l'index. Ce qui signifie qu'il faudrait extraire les lieux à partir du texte, page par page. Un exemple est le guide Baedeker sur l'Italie Centrale, l'édition de 1909. Nous avons déjà utilisé l'extraction de lieux à partir du texte et nous avons mis trop long temps pour un seul guide.

Une deuxième limite est donnée par le changement de la forme d'écriture des toponymes. Par exemple, on écrit Domodossola à présent, mais on écrivait Domo-d'Ossola en 1853<sup>42</sup>. Un autre exemple est Sanremo, en un mot, utilisé de cette manière en 1883, mais en 1890, donc très peu de temps après, on le retrouve dans la même collection écrit comme aujourd'hui, San Remo<sup>43</sup>. Les toponymes sont introduits dans un logiciel qui va leur afférer les coordonnées géographiques. Si le toponyme ne correspond pas à un lieu contemporain ou que l'écriture est différente, le logiciel ne va pas pouvoir reconnaître le lieu et ensuite il ne pourra pas être cartographié.

Une troisième limite concerne la sélection des lieux inscrits dans les index alphabétiques des guides. Plusieurs questions se posent. Est-ce que tous les lieux mentionnés dans un guide sont des lieux touristiques ? Est-ce que les lieux de passage, sans attraction importante, étaient-ils, dans la vision des auteurs de guides, des lieux touristiques à l'époque de la parution du guide ? Ou étaient-ils plutôt des simples lieux de passage, mentionnés pour compléter le paysage et pour

---

<sup>42</sup> Source : Guide Richard, 1853.

<sup>43</sup> Source : Guide Diamant de Paul Joanne, Stations d'hiver de la Méditerranée, les éditions de 1883 et 1890.



orienter le touriste ? Si la réponse à la question de départ serait négative, alors nous serions obligés de mettre en place une grille de sélection des lieux en fonction d'éléments de différenciation entre les lieux comme par exemple les différentes polices d'écriture du texte. Certains lieux sont notés en gras, certains en italique et d'autres avec les mêmes caractères que le reste du texte. Ceci nous indique que les auteurs des guides ont, en quelque sorte, fait une classification des lieux touristiques. Les critères sur lesquels ils se sont basés pour une telle classification ne sont pas mentionnés. Mais, nous pouvons déduire que, par exemple, les lieux notés en gras et bénéficiant d'une ample description, sont les lieux touristiques de première importance. Si la description du lieu présente le signe étoile (ou parfois un astérisque), c'est qu'il est recommandé par le guide et donc prend une plus grande importance. Pendant l'exploitation des guides thématiques nous avons remarqué qu'un lieu peut passer d'une édition à autre, d'une police normale à une police en gras. La question qui surgit immédiatement est : est-ce que ces lieux changent de position hiérarchique ? Est-ce qu'une police normale signifie un lieu à faible intérêt touristique et que la police en gras souligne une certaine importance ou hiérarchie touristique ? Un tel exemple est la station Saint-Tropez qui apparaît - dans les Guides Diamant sur les stations d'hiver de la Méditerranée - noté avec une écriture normale dans toutes les éditions qui précèdent celle 1902, alors que Tamaris apparaît pour la première fois dans la même série avec une écriture en gras. Est-ce que Tamaris représente le cas idéal du nouveau lieu touristique ? Il s'agit ici d'une piste très intéressante à exploiter pour un essai d'hiérarchisation des lieux touristiques dans le temps. Le problème est que ce système de notation avec des polices différentes ou encore le système d'astérisque ou d'étoiles ne sont pas employés par tous les guides et donc nous limiterions la collecte des lieux. Mais utilisée sur les guides d'une seule maison d'édition et qui utilise ce système d'hiérarchisation, la méthode selon ces critères serait très efficace et pourrait offrir les lieux touristiques les plus visités d'un pays ou région à un moment donné. En conclusion, pour ce travail de recherche nous avons décidé de ne pas tenir compte de ces éléments et donc de ne pas faire une sélection des lieux.

3. En ce qui concerne les limites de constitution de la base de données, la plus importante est la perte des lieux touristiques à cause de l'absence de leurs coordonnées géographiques. Lors des premiers essais de cartographie nous avons découvert qu'il se peut que les coordonnées géographiques de certains lieux ne soient pas trouvées par le logiciel de recherche, ni par nous-mêmes sur une carte. Une situation possible serait que le lieu n'existe plus aujourd'hui. Soit il a été renommé, soit il fait maintenant partie d'une ville (réorganisation administrative), soit il s'agit d'un petit village abandonné dans le temps. Sans coordonnées géographiques le lieu ne pourra pas être représenté sur une carte.

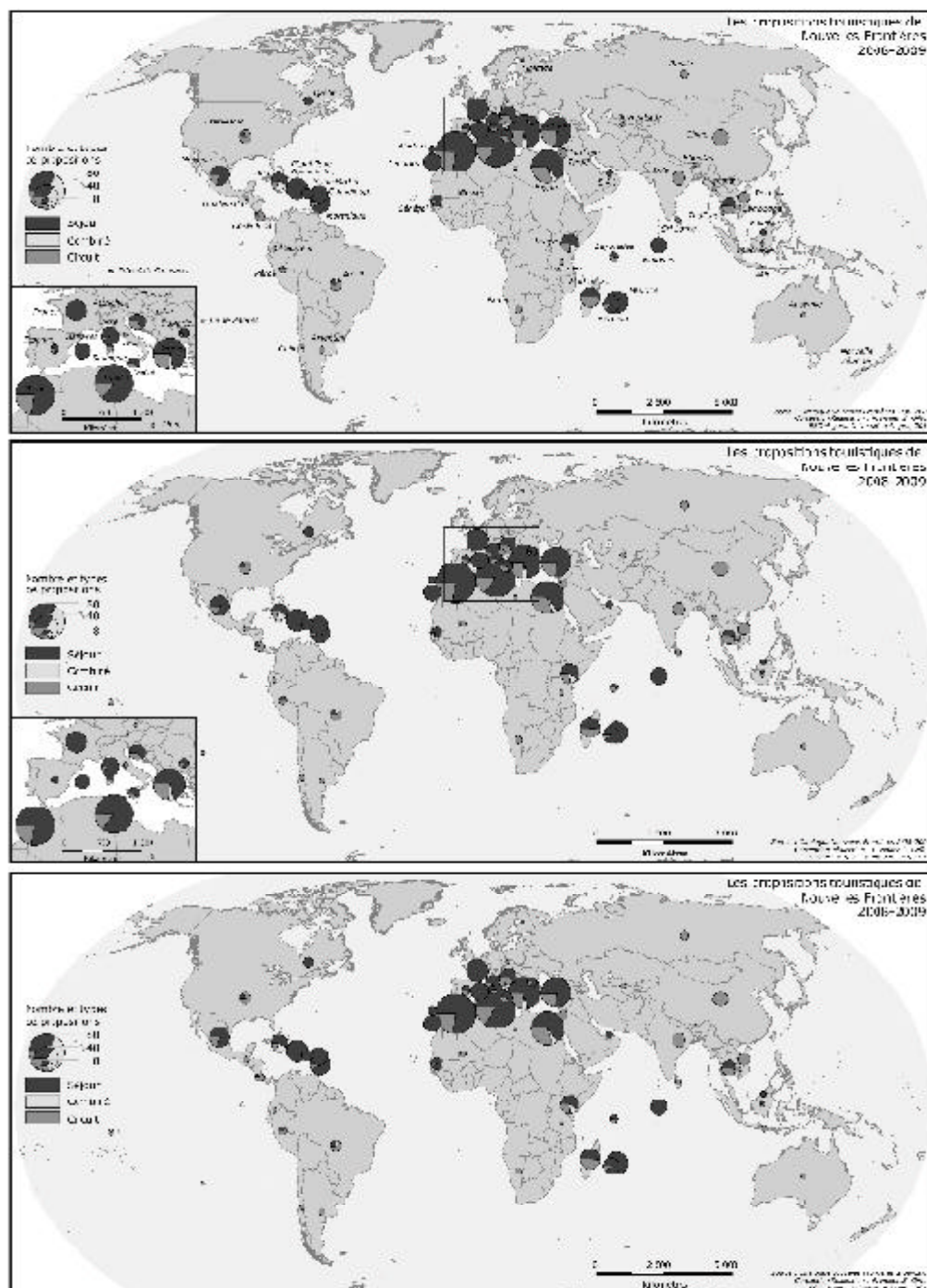
## 3.2. Mondialités touristiques

Le deuxième problème concerne le champ touristique mondial à l'époque contemporaine. Plusieurs options méthodologiques existent pour reconstruire l'état de l'ordre spatial du tourisme à l'échelle mondiale.

### 3.2.1. Le catalogue des tour opérateurs

Stock et al. (2009) proposent d'utiliser le catalogue des tour opérateurs comme source et indicateurs afin d'estimer l'altérité contenu dans les offres touristiques. Dans ce travail, nous considérons que le degré de recours aux Tour Operators (TO) est un *indicateur* d'altérité. Les offres contenues dans un catalogue de TO nous renseignent sur la nécessité, puisqu'un marché existe pour cela, de recourir à des intermédiaires et de ne pas être autonomes dans l'assemblage de la pratique touristique. La méthode consiste à évaluer au sein d'une offre touristique la part des circuits et des séjours pour les destinations incluses dans le catalogue. Mobilisant trois TO – Fram, Kuoni, Nouvelles Frontières – nous avons observé une différenciation nette : TO Fram propose relativement plus de circuits en France, alors que le TO Kuoni propose des destinations plus exotiques, indique que les degrés d'altérité sont fonctions des groupes et des individus. On peut considérer en effet que le TO Kuoni proposant des prestations de prix plus élevés s'adresse à une classe plus fortunée qui circule davantage et donc à des individus plus expérimentés. Violier (2011) montre comment ces tours opérateurs construisent des perspectives différenciées spatialement sur une destination.

Fig. no. 15 – Propositions touristiques des Tour Opérateurs

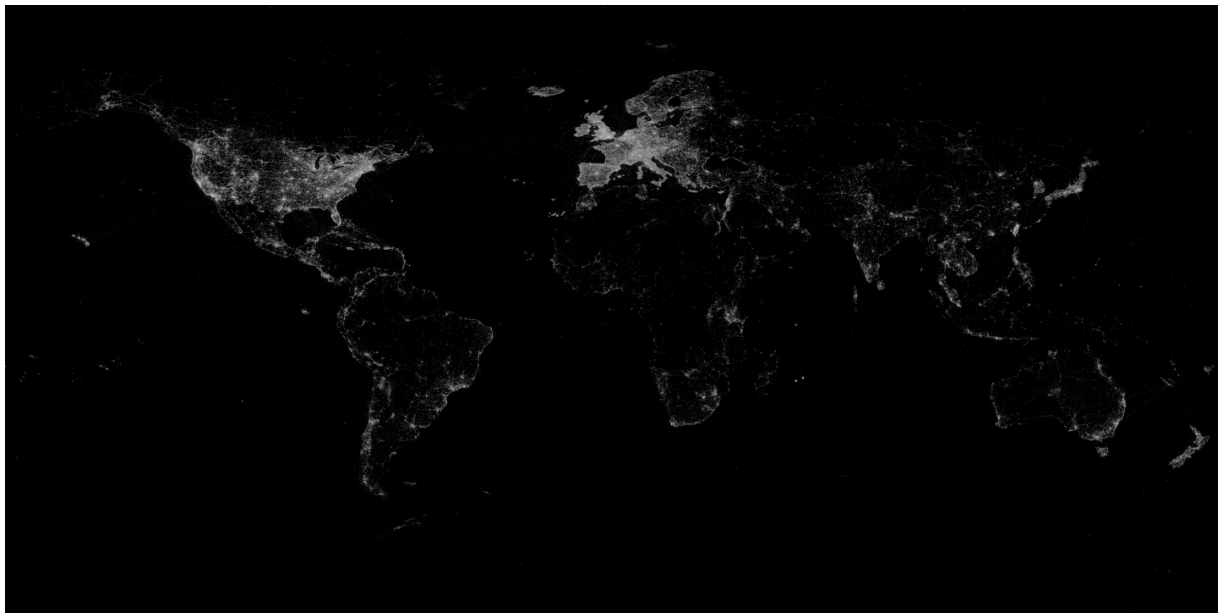


Source : Stock et al. (2011)

### 3.2.2. Les externalités positives des lieux touristiques : le capital touristique et hiérarchie mondiale des lieux touristiques

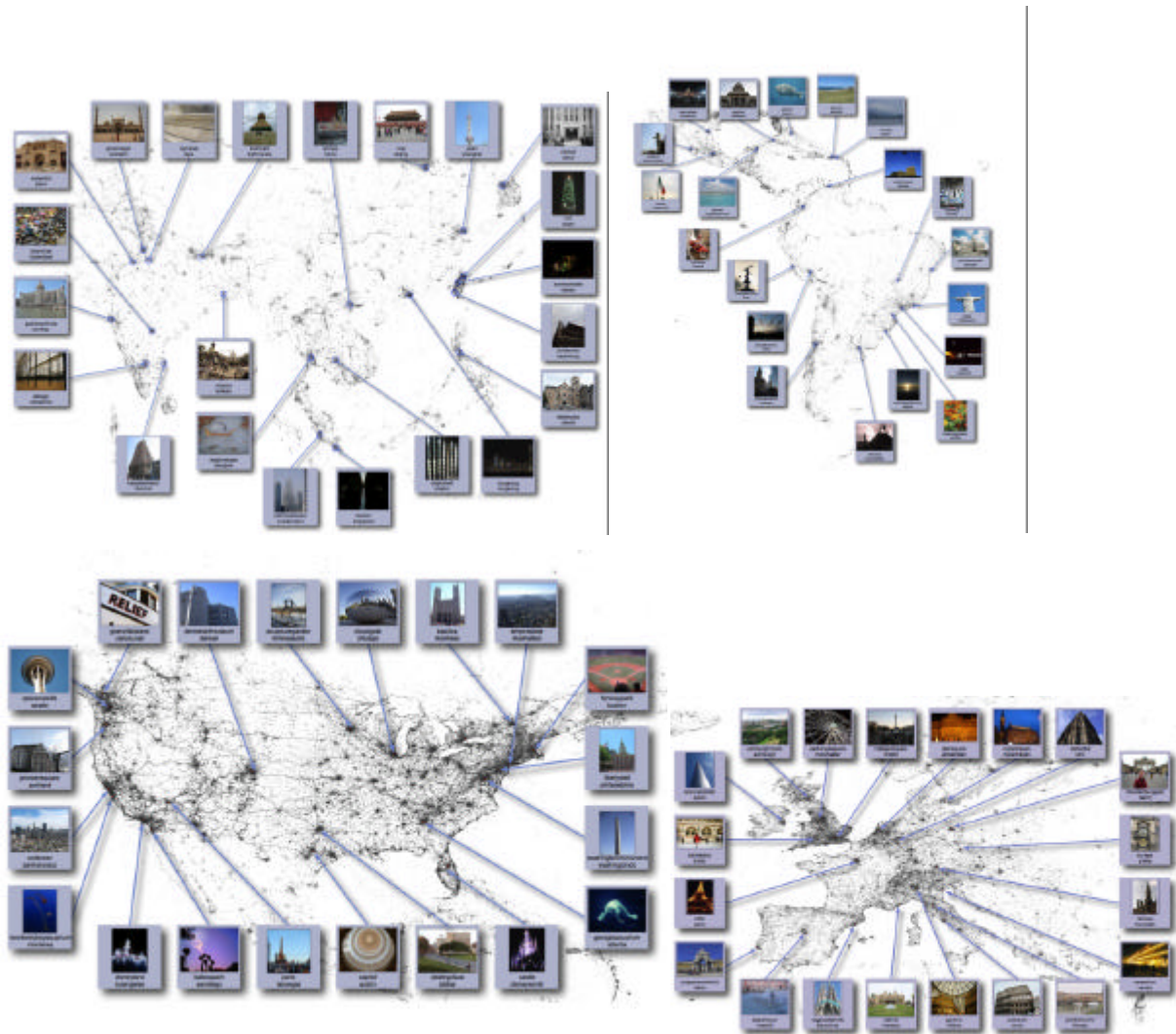
Travailler sur le réseau mondial de lieux touristiques revient à mettre en évidence les lieux touristiques dont le rayonnement est mondial et dont la fréquentation les place parmi les plus importantes. Travailler sur la mondialité ou encore la centralité mondiale des lieux touristiques peut aider à appréhender le problème que pose les lieux touristiques à l'échelle mondiale. D'un point de vue méthodologique, plusieurs procédures de recherches peuvent être mises en place : la diversité des provenances géographiques des populations, un nombre élevé de touristes, le capital réputationnel des lieux. Quels étaient les lieux touristiques les plus désirés en 1800, 1900 et 2000 ? Voici comment on peut poser la question des distinctions spatiales du tourisme. Ainsi, il s'agit d'identifier les lieux touristiques dont la réputation d'une part, et, d'autre part la fréquentation est d'origine mondiale. Comme exposé ci-dessus (2.2.), le champ touristique mondial est structuré, entre autres, par les lieux touristiques qui ont des positions relatives différentes les uns des autres. En raison d'image de marque, de nombre de touristes, de la qualité de l'infrastructure ou de la politique, les lieux peuvent mettre en jeu des avantages concurrentiels. Comment les mesurer pour l'ensemble du champ ? Nous choisissons un élément du capital touristique, à savoir le capital réputationnel, afin de mesurer la façon dont ce champ touristique mondial est structuré.

**Fig. no. 16 – L'éclairage du monde**



Source : Crandall et al. 2009

Fig. no. 17 – Le monde en images



Source : Crandall et al. 2009

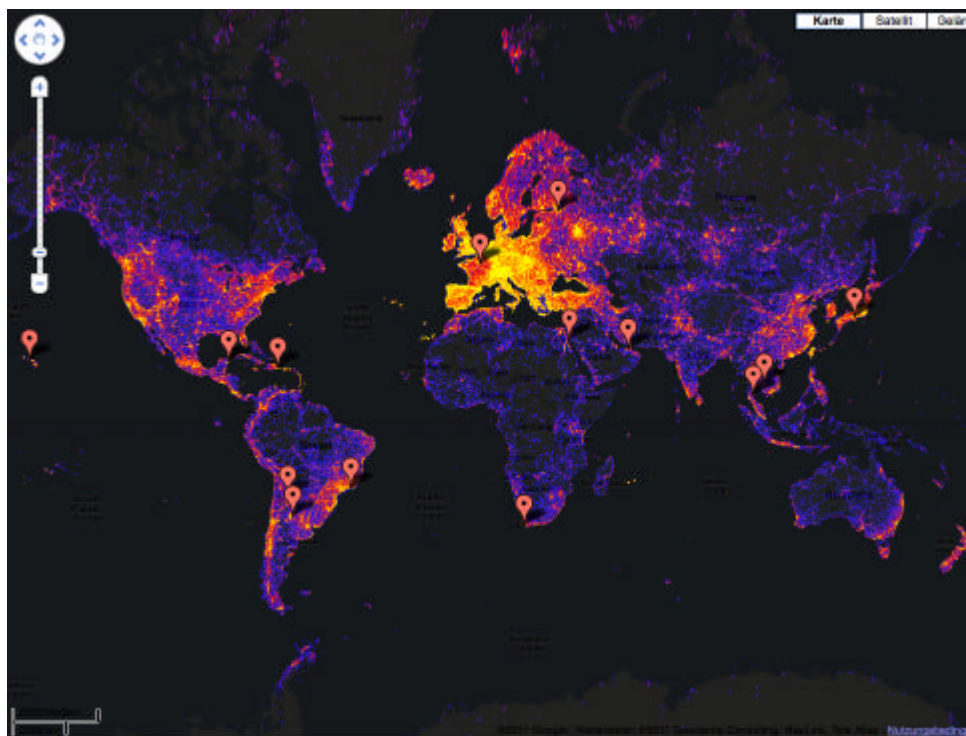
Comment la réputation ou la notoriété peut-elle être mesurée ? Une première tentative insistait sur le nombre de hits sur google des différents lieux (cf. Stock, 2008). Aujourd'hui, Internet est une ressource précieuse, car de nombreux lieux touristiques font de la promotion d'eux-mêmes. On pourrait donc construire une base de données de tous les lieux qui se définissent eux-mêmes comme étant touristiques en raison de leur présence sur Internet en proposant des produits ou services d'ordre touristique. Quelle « destination touristique » a une page facebook ? D'autres outils sont possibles : d'une part, à partir du site [www.flickr.com](http://www.flickr.com), des chercheurs ont construit des cartes mondiales des photos prises (Crandall et al. 2009)<sup>44</sup>.

<sup>44</sup> Crandall, D. J., Backstrom, L., Huttenlocher, D., & Kleinberg, J. M. (2009). Mapping the world's photos. *Proceedings of the 18th international conference on World wide web WWW 09*, 761. ACM Press. Retrieved from <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1526709.1526812>



Une autre tentative se fonde sur le site Internet [www.panoramio.com](http://www.panoramio.com) pour définir la touristicité du Monde à travers les photos téléchargées sur le site.

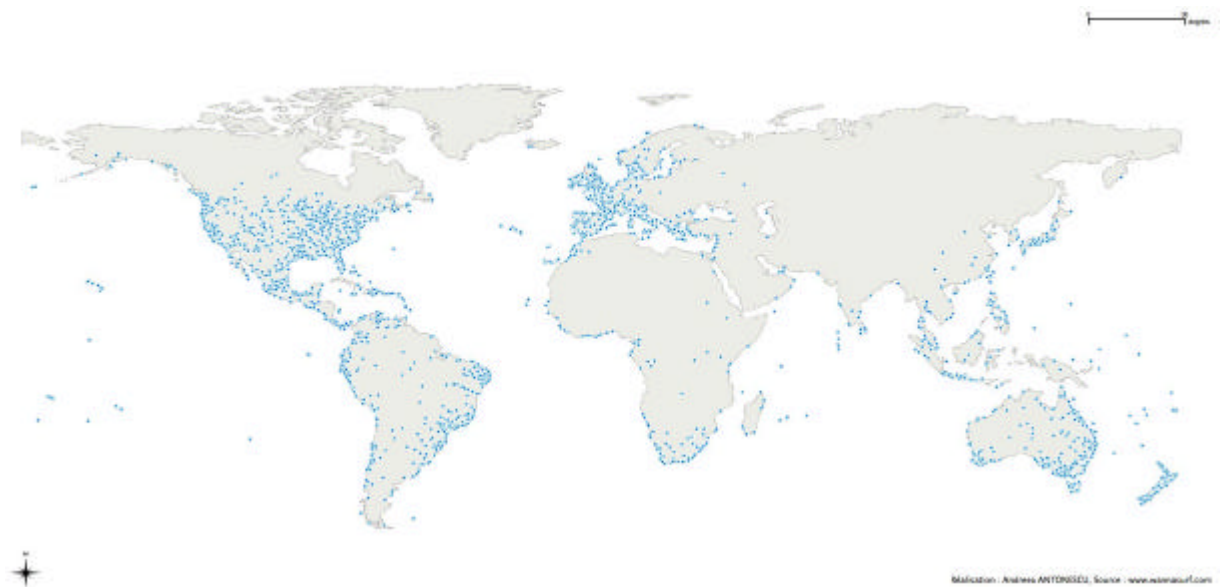
**Fig. no. 18 – « World touristiness map »**



Source : <http://maps.google.com/maps/mapplets?moduleurl=http://www.bluemoon.ee/~ahti/touristiness-map/touristiness-map.xml> (retrieved, 28/06/2011)

Du point de vue de la réputation et de la notoriété, le capital symbolique des sites du «patrimoine mondial de l'humanité » constitue une source importante pour déterminer la position dans le champ touristique mondial. Il serait ainsi intéressant de mener l'analyse de ce point de vue. Comme dernier exemple, les *spots* de surf constituent également des lieux touristiques à ne pas négliger. Ils complètent en quantité, mais aussi en qualité par des spots de réputation mondiale la hiérarchie mondiale des lieux touristiques.

**Fig. no. 19 – World surf spots<sup>45</sup>**



Réalisation : A. Antonescu, Source des données : [www.wannasurf.com](http://www.wannasurf.com)

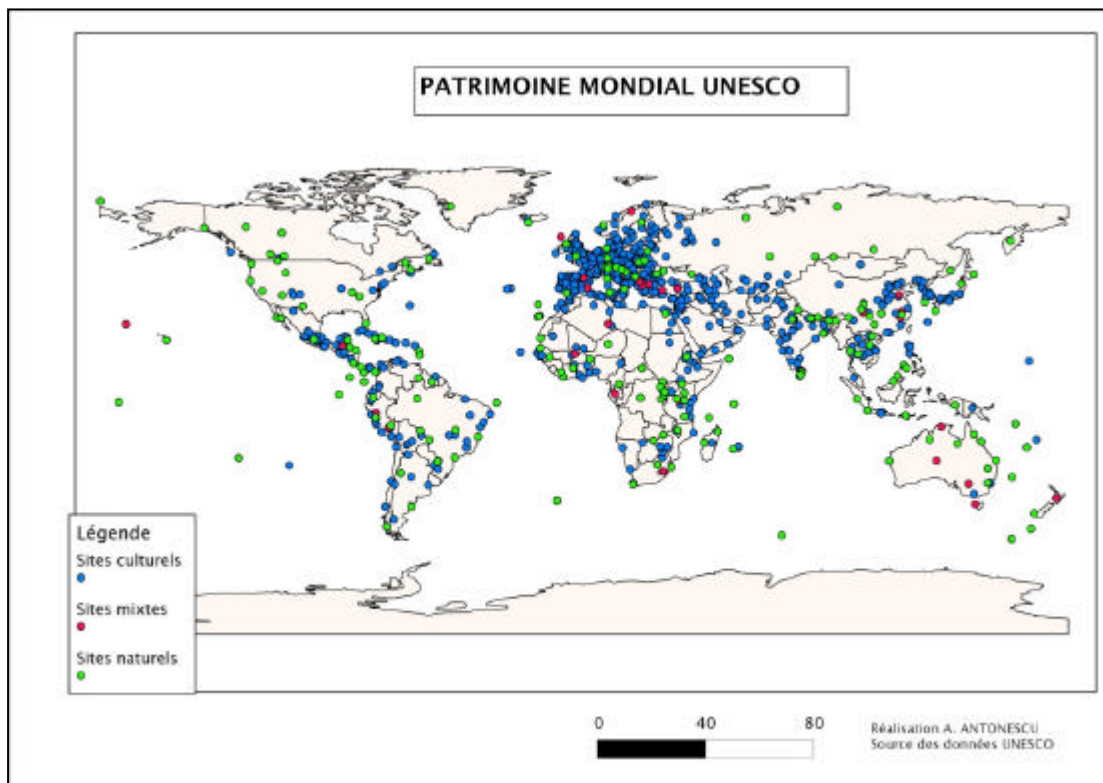
Les encyclopédies par pratique de tourisme peuvent être très riches en informations, parce qu'elles peuvent énumérer les lieux où l'activité touristique est pratiquée. Par exemple, l'encyclopédie du ski fait, en quelque sorte, une histoire de la naissance du ski et des stations de ski. Nous avons trouvé des dates exactes de mise en tourisme de certaines stations de ski, mais aussi des dates approximatives pour d'autres.

Un dernier exemple est le travail de classification des institutions. Il s'agit d'un travail de taxonomie du Monde à travers des critères esthétiques, touristiques, cultures qui sélectionne un nombre restreint de sites. L'UNESCO est un acteur clé qui établit la liste du « patrimoine mondial de l'humanité » (cf. la charte de l'ICOMOS en annexe). Celle-ci comporte 911 biens constituant ce qui appelé « patrimoine culturel et naturel » que le Comité du Patrimoine Mondial considère comme ayant une valeur universelle exceptionnelle. Cette liste comprend 704 biens culturels, 180 biens culturels et 27 mixtes repartis dans 151 états.

---

<sup>45</sup> Y inclus le surf lacustre.

**Fig. no. 20 – Sites inscrits au patrimoine mondial UNESCO**



Réalisation : A. Antonescu, Source des données : UNESCO



## Conclusion générale

Le tourisme a dès son émergence partie liée avec la mondialisation. D'abord pratique élitiste et européenne au début du 19<sup>ème</sup> siècle, le tourisme s'est diffusé très rapidement hors du continent européen, exploitant et alimentant les canaux de la colonisation du Monde. Aujourd'hui, de nouveaux pays accèdent au mode de production industrielle ainsi qu'à son corollaire, un temps hors-travail utilisable pour des pratiques touristiques. Cette extension de l'« écoumène touristique » est remarquable, car il s'agit de sociétés culturellement aussi différentes que l'Inde, la Chine ou celles du continent latino-américain. Cet avènement ce qu'on pourrait appeler le „tourisme de masse mondialisé“ ne peut manquer de changer les modalités du tourisme en même temps qu'il s'agit d'un nouvel aspect de la mondialisation.

Le contexte actuel du tourisme est caractérisé par la démultiplication progressive du nombre de touristes internationaux : de 25 millions en 1950 à plus de 900 millions aujourd'hui et on prévoit plus d'un milliard et demi à l'horizon de 2020 (OMT). Si nous incluons le « tourisme domestique » existant dans l'ensemble des pays du monde - la Chine, les Etats-Unis et l'Inde peuvent être estimés *chacun* d'environ d'un milliard de déplacements touristiques par an (Tol et al., 2007) - nous atteignons sans doute 6 milliards de déplacements touristiques en 2009. En proportion, si le nombre de franchissements de frontières internationales représentait 1% de l'équivalent de la population mondiale en 1950, il représente environ 15% aujourd'hui. Cette nouvelle phase s'exprime également par la multiplication des lieux destinés à les accueillir, lieux qui relèvent – c'est l'hypothèse fondatrice – de productions *originales* liées à des pratiques touristiques nouvelles. Dans le même temps, les « systèmes touristiques », ces assemblages d'acteurs, de lieux, d'institutions, de pratiques et de cultures, se sont transformés. D'un tourisme d'ordre artisanal, fondé sur un petit nombre de personnes, un petit nombre de lieux et des infrastructures peu spécifiques, on peut reconstruire une évolution vers un tourisme d'ordre mondial, fondé sur un grand nombre de personnes, industrialisés et massifié, extrêmement diversifié par les pratiques.

L'une des conditions de possibilité des pratiques de re-création est l'existence de lieux « touristiques ». Si les touristes inventent, par des associations lieux/pratiques originales, de nouveaux lieux, ils ne sont pas les seuls acteurs à produire et à reproduire les lieux touristiques. Des acteurs étatiques, locaux ou mondiaux contribuent à transformer un *site* en *lieu*<sup>46</sup>. C'est ainsi qu'un endroit est transformé en lieu par le bâtir, mais préalablement, par la formulation d'un projet. Ce projet consiste à habiter touristiquement un endroit, le transformant ainsi en lieu touristique. Afin de réaliser ce projet, il convient de bâtir l'urbanité nécessaire à l'habiter touristique. Dans l'histoire du tourisme depuis 200 ans, on observe l'émergence d'un bâtir d'ordre capitaliste et industriel, créant des formes spécifiques, à savoir la “station touristique”, associant souvent gare et hôtels (cf. Equipe MIT, 2005; Duhamel, 2007). On observe également l'émergence de “comptoirs touristiques” (Equipe MIT, 2002) - terme générique pour les clubs de vacances, ou hôtel-clubs, voire lotissements privés ou hôtels à accès contrôlé - dont la juxtaposition crée des formes linéaires d'enclaves où les discontinuités émergent. Ce processus

---

<sup>46</sup> Cf. Stock (2007) pour la distinction « site » et « lieu » : un endroit est site s'il reste non-approprié et ensuite est transformé en lieu par un processus d'appropriation symbolique, économique, social, politique.

est complexe en ce sens que de multiples acteurs sont impliqués, allant des promoteurs immobiliers, des entreprises touristiques, des Etats, des propriétaires du sol, des processus d'expropriation, architectes pour le master plan, ingénieurs civils, construction, publicité.

Au-delà des lieux géographiques, il existe aussi les acteurs qui travaillent intentionnellement ou non à la mise en tourisme du monde. De manière intentionnelle, les entreprises étendent leurs marchés, les acteurs politiques régulent ou mettent en place des standards mondiaux (OMT). De manière non-intentionnelle, le développement économique par le tourisme (CNUCED, Banque mondiale, OECD), mais aussi la protection de l'environnement par la création d'aires protégées telles que les parcs nationaux (IUCN) ou l'invention d'un «patrimoine mondial de l'humanité» (UNESCO/ICOMOS) ou la régulation du commerce ou des services à l'échelle du monde (OMC) impulsent le processus de mondialisation touristique. Les entreprises, ONG, associations professionnelles, offices de tourisme, tour opérateurs etc. sont les acteurs qui construisent aujourd'hui le champ mondial du tourisme.

Une nouveauté émerge qui accompagne et produit en même temps la mondialisation: c'est l'émergence d'acteurs mondiaux qui ne sont pas des entreprises. Thomas Cook au 19<sup>ème</sup> siècle était le précurseur d'une entreprise mondiale (Tissot, 2000), suivi par d'autres tour opérateurs et chaînes hôtelières et transporteurs dont le marché est mondial. Il s'agit de sortes d'administrations appelées dans le jargon des «organisations inter-gouvernementales». Par exemple, l'Organisation internationale pour la propagande touristique (OIPT) est créée en 1927 ; l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) prend la suite de l'OIPT en 1952 avec siège à Madrid, et appelée aujourd'hui UNWTO après l'intégration dans le «système des Nations Unies» (car le sigle anglais est WTO pour World Tourism Organisation, et il existe déjà la World Trade Organization (WTO), appelé en français Organisation Mondiale du Commerce (OMC).

Notamment la Banque mondiale a financé plus de 150 projets touristiques depuis 30 ans dans le cadre des financements pour le «développement» (cf. annexe). Cancun, Angkor Vat, Maroc et la Tunisie sont parmi les projets soutenus. Ces projets comportent des dimensions d'aménagement, mais aussi de procédures et de «*capacity building*» et d'assistance technique. On note notamment un glissement de la rhétorique au cours des 30 dernières années : d'une focalisation sur les infrastructures, on passe à des projets où le «développement durable» et le «tourisme durable» s'affiche de plus en plus. S'intéresser aux différents acteurs mondialisants du tourisme est l'une des tâches importantes pour comprendre la structure du champ touristique mondial.

## Références bibliographiques

- ALBROW, M. (1997). *Traveling Beyond Local Cultures : Socioscapes in a Global City*. In EADE, J. (ed.). *Living in the Global City. Globalization as a Local Process*. Londres : Routledge.
- APPADURAI, A. (1996). *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis : University of Minnesota Press.
- BAIROCH, P. (1996). *Victoires et déboires*. Paris : Gallimard.
- BEAUD, M., DOLLFUS, O., GRATALOU, C., HUGON, P., KEBABDJIAN, G., LEVY, J. (1999). *Mondialisation. Les mots et les choses*, Paris : Karthala.
- BOURDIEU, P. (1984). Quelques propriétés des champs. In *Questions de sociologie*, Paris : Minuit, pp.113-120.
- BOYER, M. (2000). *Histoire de l'invention du tourisme, XVIe – XIXe siècles. Origine et développement du tourisme dans le Sud-Est de la France*. La tour d'Aigues : Éditions de l'Aube. 333 p.
- BOYER, M. (2000). Les séries de guides imprimés portatifs, de Charles Estienne aux 19<sup>e</sup> et 20<sup>e</sup> siècles. In CHABAUD G. et al. *Les guides imprimés du 16<sup>e</sup> au 20<sup>e</sup> siècle. Villes, paysages, voyages* (p. 339-352). Paris : Editions Belin.
- BOYER, M. (2005). *Histoire générale du tourisme du 16<sup>e</sup> au 21<sup>e</sup> siècle*. L'Harmattan, 327 pages.
- CASILLI, A. (2010). *Les liaisons numériques*. Paris : PUF.
- CASTELLS, M. (1998). *La société en réseaux. L'ère de l'information*, t.1, Paris : Fayard.
- CHRISTALLER, W. (1955). *Beiträge zu einer Geographie des Fremdenverkehrs*. Erdkunde 9(1), pp. 1-19. (repris et modifié en anglais : CHRISTALLER, W. (1963). *Some Considerations on Tourism Location in Europe : The Peripheral Regions, Underdeveloped Countries, Recreation Areas*. Regional Science Association, Papers, 12, pp. 95-105).
- CLIVAZ, Ch., NAHRATH S., STOCK M. (2011). Le développement des stations touristiques dans le champ touristique mondial. In *Mondes du tourisme* (hors série « Mondialisation et tourisme », dir. Duhamel Ph. & Kadri B.), pp. 276-286.
- COEFFE, V., VIOLIER, P. (2008). *Les lieux du tourisme : de quel(s) paradis parle-t-on ? Variations sur le thème de l'urbanité touristique*. *Articulo - Journal of Urban Research [Online]*, 4 / 2008, Online since 04 octobre 2008. URL : <http://articulo.revues.org/158>.
- COEFFE, V., PERBARTHE, H., VIOLIER, P. (2007). Mondialisations et mondes touristiques. In Retailé D. (dir.), *La mondialisation*. Paris : Nathan.
- CORBIN A. (1988). *Le Territoire du vide. L'Occident et le désir du rivage, 1750-1840*. Paris : Aubier.
- CORNELISSEN, S. (2005). *The Global Tourism System : Governance, Development and Lessons from South Africa*. Ashgate Publishing, 194 p.
- CRANDALL, D. J., BACKSTROM, L., HUTTENLOCHER, D., & KLEINBERG, J. M. (2009). *Mapping the world' s photos*. Proceedings of the 18th international conference on World wide web WWW 09, 761. ACM Press. Retrieved from <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1526709.1526812>
- CUVELIER, P. (1998). *Anciennes et nouvelles formes du tourisme*. Paris : L'Harmattan.
- DAGORN, R-E. (2008). Mondialisation, un mot qui change les mondes. In *L'invention du Monde : une géographie de la mondialisation* (p. 63-78). Paris : Presses de la fondation Nationale des Sciences Politiques.
- DAGORN, RE. (1999). Une brève histoire du mot « mondialisation ». In Gemdev – Groupe. *Mondialisation, Mondialisation. Les mots et les choses* (p. 187-204). Paris : Karthala.
- DEBARBIEUX, B. (1995). *Le lieu, le territoire et trois figures de rhétorique*. L'Espace géographique, (2) : 97-112.

- DEHOORNE, O. (2003). Le monde du tourisme. In Stock M. *Le tourisme. Lieux, acteurs, enjeux* (pp. 117-168). Paris : Belin
- DERUDDER, B., WITLOX, F. (2005). *An Appraisal of the Use of Airline Data in Assessing the World City Network: A Research Note on Data*. Urban Studies, vol. 42 no. 12, p. 2371-2388.
- DODGE, M., KITCHIN, R. (2001). *Atlas of cyberspace*. Addison Wesley, 288 p.
- DOLLFUS, O., GRATALOU P., & LEVY J. (1999). Le Monde : pluriel et singulier In Gemdev – Groupe Mondialisation, *Mondialisation. Les mots et les choses* (p. 81-120). Paris : Karthala.
- DOLLFUS, O. (1994). *L'espace Monde*. Paris : Economica.
- DOLLFUS, O. (1997). *La mondialisation*, Paris : PFNSP.
- DURAND, M-F., LEVY, J., & RETAILLE, D. (1992). *Le monde : espace et systèmes*. Paris : Dalloz et PFNSP, 2<sup>e</sup> édition.
- ELIAS, N. (1970). *Was ist Soziologie ?* Munich : Juventa.
- ELIAS, N. (1991). La société des individus. Paris : Fayard. (éd. Originale Die Gesellschaft der Individuen, Francfort-sur-le Main, Suhrkamp, 1987).
- ELIAS, N., DUNNING, E. (1994). *Sports et civilisation. La violence maîtrisée*. Paris : Fayard.
- EQUIPE MIT (2002). *Tourismes 1. Lieux communs*. Paris : Belin, 320 p.
- EQUIPE MIT (2005). *Tourismes 2. Moments de lieux*. Paris : Belin, 348 p.
- EQUIPE MIT (2011). *Tourismes 3. La révolution durable*. Paris : Belin, 332 p.
- FRIEDMANN, J., WOLFF, G. (1982). *World city formation: an agenda for research and action*. International Journal of Urban and Regional Research, vol. 6, 3, 309-44.
- FRIEDMANN, J. (1986). *The world city hypothesis*. Development and Change, 17, pp. 69-83.
- GAY, J-C., VIOLIER P. (2007). *Tous touristes ! Le Monde comme espace touristique*. In RETAILLÉ D. (dir.), *La mondialisation*, Paris : Nathan, pp. 257-272.
- GO, F. (1996). Introduction. In KELLER, P. (ed.). *Globalisation and tourism*. Saint-Gall : Aiest.
- GRATALOU P., C. (2003). Géohistoire. In LEVY, J., LUSSAULT, M. (dir.). *Dictionnaire de géographie et de l'espace des sociétés*. Paris : Belin.
- GRATALOU P., C. (2010). *Géohistoire de la mondialisation : le temps long du monde*. Paris : A. Colin, 287 p.
- GRAZ, J-C., NOLKE, A. (2007). *Transnational Private Governance and its Limits* (ECPR series in European Political Science), London: Routledge.
- HABERMAS, J. (1998). *Die post-nationale Konstellation. Politische Essays*. Francfort-sur-le-Main : Suhrkamp.
- HARVEY, D. (2001). *Spaces of Capital : Towards a Critical Geography*. Edinburgh : University Press.
- HEINTZ, P. (1980). The Study of World Society: Some Reasons Pro and Contra. In *Social Science - For What ?* Festschrift for Johan Galtung, edited by H.-H. Holm and E. Rudeng, Universitetsforlaget, Oslo/Bergen/Tromsø: 97-100.
- HEINTZ, P. (1980). Gegenwärtige Trends im Wandel der Weltgesellschaft. In: *Universitas*, 35, 11: 1121-1127.
- HEINTZ, P. (1982). *Die Weltgesellschaft im Spiegel von Ereignissen*. Rügger : Diessenhofen.
- HEINTZ, P. (1982). Introduction: A Sociological Code for the Description of World Society and its Change. International Social Science Journal, vol. XXXIV, 1: 11-21.
- HELD, D. et al. (1999). *Global Transformations*. Polity.
- HIRST, P. & THOMPSON, G. (1996). *Globalization in Question*. Polity.

- HOCHSCHILD, A. R., (2000). Global Care Chains and Emotional Surplus Value. In HUTTON, W., GIDDENS, A. (eds) *On The Edge: Living with Global Capitalism*. London : Jonathan Cape, p. 131.
- KEITZ, C. (1997). *Die Geschichte des Massentourismus*. Beltz.
- KNAFOU, R. (1992). L'invention du tourisme. In Bailly, Ferras, Pumain (ed.) *Encyclopédie de la géographie*, p. 851-864.
- LEFEBVRE, H. (1968). *Le Droit à la ville*. Paris: Anthropos (2e ed.), Paris: Ed. du Seuil, Collection Points.
- LEVY, J. (1994). *L'espace légitime*. Sur la dimension géographique de la fonction politique. Paris : Presses de Sciences Po.
- LEVY, J. (1996). *Une géographie vient au monde*, Le Débat, dossier Nouvelles géographies, no. 92, novembre-décembre.
- LEVY, J. (1999). *Le tournant géographique*. Penser l'espace pour lire le Monde. Paris: Belin.
- LEVY, J., LUSSAULT, J. (dir.) (2000). *Logiques de l'espace, esprit des lieux*. Géographies à Cerisy. Collection « Mappemonde ». Paris : Belin, 351 p.
- LEVY, J. (dir.) (2003). *Dictionnaire de la Géographie et de l'Espace des Sociétés*. Paris : Belin.
- LEVY, J. (2004). Quel espace pour la société-Monde ? In Yves Michaud (dir.), *Qu'est-ce que la globalisation ?* Paris : Odile Jacob, pp. 27-47.
- LEVY, J. (2006). *Monde* in EspacesTemps.net, janvier 2006.
- LEVY, J. (2008). Entrer dans le Monde par l'espace. In L'invention du Monde : une géographie de la mondialisation (p. 41-61). Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- LEVY, J. (2008). Un événement géographique. In L'invention du Monde : une géographie de la mondialisation (p. 11-17). Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- LOFGREN, O. (1999). *On Holiday. A History of Vacationing*. Berkeley, University of California Press.
- LUHMANN, N. (1984). *Soziale Systeme*. Francfort : Suhrkamp.
- LUHMANN, N. (1997). *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Francfort : Suhrkamp.
- LUSSAULT, M. (2003). Dispositif spatial légitime. In LEVY, J., LUSSAULT, M. (dir.). *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés* (pp. 266-267). Paris : Belin.
- MACCANNELL, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- MACCANNELL, D. (2001). *Tourist Agency*, Tourist Studies. June 2001 vol. 1 no. 1, pp. 23-37.
- MEETHAN, K. (2001). *Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption*. New York: Palgrave.
- MICOUD, A. (dir.) (1991). *Des Hauts-Lieux, la construction sociale de l'exemplarité*. Paris : CNRS Editions.
- MOORE, W. (1966). *Global sociology. The world as a singular system*. Journal of American Sociology, vol. 71, 5, pp. 475-489.
- MORICONI-EBRARD, F. (1993). *L'urbanisation du monde depuis 1950*. Paris : Editions Anthropos, 372 p.
- MORLIER, H. (2007). *Les Guides-Joanne : genèse des Guides-Bleus*. Les Sentiers débattus, 639 p.
- NAPOLONE et al. (à paraître). Mesurer la notoriété touristique localisée : contribution méthodologique à l'aide de l'analyse textuelle de guides touristiques.
- POTT, A. (2007). *Orte des Tourismus. Eine raum- und gesellschaftstheoretische Untersuchung*. Bielefeld, transcript.
- PUMAIN, D. (1997). *Pour une théorie évolutive des villes*. L'Espace géographique 2, pp. 119-134.
- RAFFESTIN, C. (2006). *Réflexions hétérodoxes sur la globalisation*. Revue européenne des sciences sociales. Tome XLIV, no. 134, pp. 247-257.

- ROBERTSON, R., LECHNER, F. (1985). *Modernization, Globalization and the Problem of Culture in World-Systems Theory*. Theory, Culture & Society, Sage, The TCS Centre, Nottingham Trent University, p. 103-117.
- ROBERTSON, R. (1990). *Mapping the Global Condition : Globalization as the central Concept*. Theory, Culture & Society, Sage, The TCS Centre, Nottingham Trent University, p. 15-30.
- ROBERTSON, R. (1994). *Globalisation or Glocalisation?* Journal of International Communication 1 (1), pp. 33- 52.
- SINGARAVELOU, P., SOREZ, J. (dir) (2010). *L'Empire des Sports. Une histoire de la mondialisation culturelle*. Paris : Belin, coll. "Histoire et sociétés", juin 2010.
- SOTO, H. de (2005). *Le mystère du capital*. Paris: Flammarion.
- SPODE, H. (2004). Fordism, mass tourism and the Third Reich: The "strength through joy" seaside resort as an index fossil. Journal of Social History, 38 (1), pp. 127-155.
- STOCK, M. (coord.) (2003). *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*. Paris, Belin.
- STOCK, M. (2007). *European Cities : Towards a recreational Turn ?* Hagar : Studies in Culture, Polity and Identities, 7 (1), p. 115-134.
- STOCK, M. (2008). Il monde è mobile. In LEVY, J. (dir.), *L'invention du monde. Une géographie de la mondialisation*. Paris : Presses de Sciences Po, pp. 133-158.
- STOCK, M., VIOLIER, P., DUHAMEL P. (2009). *Variations d'altérité et «fin » du tourisme »*. Communication présentée à la conférence « Fin et confins du tourisme », 26-27 mai 2009, Grenoble.
- TAYLOR, P. (2000). *World cities and territorial states under conditions of contemporary globalization II: Looking forward, looking ahead*. GeoJournal 52, pp. 157–162.
- TAYLOR, P. (2004). *World City Network : A Global Urban Analysis*. Londres : Routledge.
- TAYLOR, P. J., LANG, R. E. (2004). *The Shock of the New: 100 concepts describing recent urban change. Environment and Planning A*.
- TISSOT, L. (2000). *Naissance d'une industrie touristique. Les Anglais et la Suisse au 19<sup>e</sup> siècle*. Editions Payot Lausanne, 302 pages.
- TOL, S., BIGANO, A., HAMILTON, J., LAU, M., TOL, R., ZHOU, Y. (2007). *A global database of domestic and international tourist numbers at national and subnational level*. In International Journal of Tourism Research, vol. 9 Issue 3, pp. 147 – 174.
- URRY, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London : Sage.
- VIOLIER, P. (2000). *Points de vue et lieux touristiques du monde*. Mappemonde, vol. 57, n° 1, pp. 7-11.
- VIOLIER, P. (2003). *Tourisme et mondialisation: enjeux et perspectives*. Géoeconomie no. 25.
- VIOLIER, P. (2011). *Les lieux du monde*. EspacesTemps.net, Textuel, 22.08.2011  
<http://espacestemps.net/document8948.html>
- WALLERSTEIN, I. (1974). *The Modern World-System*, Bd. I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century. New York/London : Academic Press.
- WAHAB, S., COOPER, C. (2001). *Tourism in the Age of Globalization*. Londres : Routledge.

## ANNEXES

**Annexe 1 : Les projets de la Banque mondiale en lien avec le tourisme (source : Banque mondiale)**

<b>COUNTRY</b>	<b>LENDING INSTRUMENT</b>	<b>APPROVAL DATE</b>	<b>CLOSING DATE</b>	<b>LENDING COST</b>	<b>PROJECT</b>
	Specific Investment Loan	N/A	N/A	44.3	
Romania	Specific Investment Loan	02.nov.06	31-DEC-2008	225	
Albania	Adaptable Program Loan	21.juin.05	31.mars.10	38.56	
St. Lucia	Specific Investment Loan	22.juin.04	31-DEC-2009	8.9	
Georgia	Specific Investment Loan	N/A	N/A	3.3	
Tanzania	Specific Investment Loan	21.juil.05	31-AUG-2011	10	
Madagascar	Adaptable Program Loan	08-DEC-2003	30.juin.08	842.49	
Peru	Specific Investment Loan	14.sept.04	30.juin.09	8.18	
Jordan	Specific Investment Loan	N/A	N/A	47	
Honduras	Specific Investment Loan	20-MAY-2003	31.mars.08	13.35	
Tanzania	Specific Investment Loan	29-APR-2004	31-DEC-2009	138.07	
	Sector Investment and				
	Maintenance Loan	11.sept.03	31.mars.08	9.5	
Morocco	Adaptable Program Loan	N/A	N/A	80	
Mozambique	Specific Investment Loan	01-DEC-2005	30.juin.13	10	
Croatia	Specific Investment Loan	29.mars.05	30.juin.09	78.3	
Afghanistan	Specific Investment Loan	11.mars.03	30.juin.07	128.8	
South Africa	Specific Investment Loan	18-MAY-2004	31.oct.09	55.13	
Uganda	Specific Investment Loan	09.juil.02	31-DEC-2007	8	
Romania	Specific Investment Loan	20-MAY-2004	31-DEC-2009	196.66	
Bolivia	Adaptable Program Loan	17.juin.03	31-DEC-2007	38.8	
Mozambique	Specific Investment Loan	01-DEC-2005	30.juin.13	26.7	
Namibia	Specific Investment Loan	01.juin.04	31.janv.10	32.43	



Zambia	Specific Investment Loan	29.juil.04	30.nov.09	28.15
Ghana	Learning and Innovation Loan	10.mars.03	30.juin.06	5.5
Paraguay	Specific Investment Loan	21.mars.02	31-DEC-2007	11.18
Swaziland	Specific Investment Loan	N/A	N/A	11.9
Uganda	Specific Investment Loan	09.juil.02	31-DEC-2007	30
Morocco	Learning and Innovation Loan	30.juin.00	30.juin.04	2.64
China	Specific Investment Loan	29.janv.04	30.juin.10	334.32
Macedonia, former Yugoslav Republic of	Learning and Innovation Loan	21.juin.01	30.juin.06	6.12
Mauritania	Learning and Innovation Loan	30.juin.00	30-APR-2005	5.51
Tanzania	Specific Investment Loan	26-FEB-2002	31-DEC-2007	32.8
Ethiopia	Learning and Innovation Loan	17-APR-2002	15.janv.08	5.7
Romania	Learning and Innovation Loan	23-DEC-1998	31-DEC-2004	6.9
Dominican Republic	Specific Investment Loan	N/A	N/A	5
Dominican Republic	Learning and Innovation Loan	19-APR-2000	15.juin.05	5
Argentina	Learning and Innovation Loan	18.sept.00	31-DEC-2006	5.88
Honduras	Specific Investment Loan	17.juin.99	31.oct.05	9.3
Honduras	Learning and Innovation Loan	25.juil.01	30-DEC-2005	6.04
Tanzania	Specific Investment Loan	03.juil.03	31-DEC-2007	45
Thailand	Specific Investment Loan	09.juil.98	30-APR-2004	462.2
Lesotho	Sector Investment and Maintenance Loan	N/A	N/A	10
Georgia	Learning and Innovation Loan	13-FEB-1998	31-DEC-2003	5
South Africa	Specific Investment Loan	13.sept.01	31-DEC-2007	7.93
Dominican Republic	Adaptable Program Loan	N/A	N/A	25
West Bank and Gaza	Specific Investment Loan	22.sept.98	31-DEC-2003	25
Yemen, Republic of	Specific Investment Loan	N/A	N/A	25
Mozambique	Specific Investment Loan	27.janv.00	30.juin.06	26
Egypt, Arab Republic of	Specific Investment Loan	31.juil.03	30.juin.08	12.5
China	Specific Investment Loan	15.juin.00	31-DEC-2007	535.9
Tunisia	Specific Investment Loan	12.juin.01	30.juin.07	23.79
Indonesia	Specific Investment Loan	18.nov.97	30.juin.04	34.5

Venezuela	Technical Assistance Loan	23-APR-1998	01-APR-2006	20
Albania	Specific Investment Loan	28.janv.03	31-DEC-2009	21.93
Benin	Specific Investment Loan	30.mars.00	31-DEC-2005	23.3
Slovenia	Specific Investment Loan	23-MAY-1989	31-DEC-1998	91.1
Pakistan	Specific Investment Loan	24-APR-2001	31-DEC-2007	10.75
Albania	Specific Investment Loan	20.juin.96	31-MAY-2003	66
Jordan	Specific Investment Loan	31.juil.97	30.juin.05	44
Uganda	Specific Investment Loan	09.juil.98	N/A	N/A
Pakistan	Financial Intermediary Loan	03.nov.81	30.juin.86	30
Sri Lanka	Financial Intermediary Loan	13.sept.77	31-DEC-1981	8
Nepal	Financial Intermediary Loan	03-MAY-1977	31-DEC-1983	4
Sri Lanka	Financial Intermediary Loan	26.juin.75	30.sept.79	4.5
	Sector Investment and			
Nepal	Maintenance Loan	14.mars.72	31-DEC-1977	4.2
Nepal	Financial Intermediary Loan	13-DEC-1984	31-DEC-1993	7.5
Turkey	Specific Investment Loan	22.mars.88	30.juin.98	115.8
	Sector Investment and			
Yugoslavia, former	Maintenance Loan	17.juin.71	30.juin.77	10
	Sector Investment and			
Yugoslavia, former	Maintenance Loan	17.juin.71	31-DEC-1979	20
Yugoslavia, former	Specific Investment Loan	27-MAY-1969	31-AUG-1974	30
	Sector Investment and			
Turkey	Maintenance Loan	06.juil.76	31-DEC-1984	26
	Sector Investment and			
Greece	Maintenance Loan	12.sept.72	31-DEC-1982	23.5
Greece	Financial Intermediary Loan	18.mars.68	30.juin.72	12.5
Estonia	Specific Investment Loan	20-APR-1995	30.juin.00	8.4
Lithuania	Specific Investment Loan	08-DEC-1994	30.juin.02	23.1
Latvia	Specific Investment Loan	06-DEC-1994	31.mars.00	21.2
Cyprus	Financial Intermediary Loan	28.juin.79	30.juin.83	5
Cyprus	Financial Intermediary Loan	28-MAY-1976	30.juin.81	6

Cyprus	Financial Intermediary Loan	13.juin.72	30.juin.76	3
Uruguay	Financial Intermediary Loan	16-DEC-1980	31-DEC-1987	30
Trinidad and Tobago	Financial Intermediary Loan	03-DEC-1974	31.oct.78	5
Trinidad and Tobago	Financial Intermediary Loan	09-MAY-1972	31.mars.76	2
Panama	Financial Intermediary Loan	19.mars.81	30.juin.85	20
Panama	Financial Intermediary Loan	19-DEC-1978	30.juin.83	15
Peru	Financial Intermediary Loan	07-APR-1981	31-DEC-1987	60
Peru	Financial Intermediary Loan	28-DEC-1976	30.juin.83	35
Paraguay	Financial Intermediary Loan	05.juin.80	30.juin.87	31
Paraguay	Financial Intermediary Loan	10-MAY-1977	30.sept.83	10
Mexico	Financial Intermediary Loan	28-FEB-1978	31-DEC-1981	50
	Sector Investment and			
Mexico	Maintenance Loan	10-MAY-1977	30.juin.82	42
	Sector Investment and			
Mexico	Maintenance Loan	21-DEC-1971	30.juin.79	22
Honduras	Financial Intermediary Loan	20.mars.79	31-DEC-1987	19.5
Ecuador	Financial Intermediary Loan	15-DEC-1970	31.mars.76	8
Dominican Republic	Financial Intermediary Loan	17-MAY-1979	31-DEC-1987	25
	Sector Investment and			
Dominican Republic	Maintenance Loan	29.oct.74	31-DEC-1982	21
Colombia	Financial Intermediary Loan	15.juin.78	31.mars.83	100
Barbados	Financial Intermediary Loan	12-APR-1983	31.juil.90	10.5
	Sector Investment and			
Barbados	Maintenance Loan	10-APR-1979	31-DEC-1984	8
Bahamas, The	Specific Investment Loan	08-DEC-1988	30.juin.95	10
Bahamas, The	Specific Investment Loan	26.mars.81	30.juin.88	7
Tunisia	Financial Intermediary Loan	20-DEC-1977	30.juin.83	35
Tunisia	Financial Intermediary Loan	06.janv.76	31.mars.81	20
	Sector Investment and			
Tunisia	Maintenance Loan	11.juin.74	31-DEC-1980	5.6
Tunisia	Financial Intermediary Loan	23.janv.73	31.mars.78	14
	Sector Investment and			
Tunisia	Maintenance Loan	15.juin.72	31-DEC-1980	24

	Sector	Investment	and		
Tunisia	Maintenance Loan			30.juin.70	31-DEC-1976 10.5
Tunisia	Financial Intermediary Loan			25.nov.69	30.nov.74 10
Tunisia	Financial Intermediary Loan			14.sept.67	30.juin.72 10
Tunisia	Financial Intermediary Loan			16-MAY-1966	30.juin.71 5
Morocco	Specific Investment Loan			29.oct.98	30.nov.05 27.6
Morocco	Financial Intermediary Loan			05-DEC-1989	30.juin.96 170
	Sector	Investment	and		
Morocco	Maintenance Loan			03-FEB-1976	31-DEC-1981 21
Morocco	Financial Intermediary Loan			28-MAY-1976	31-DEC-1980 25
Morocco	Specific Investment Loan			04-DEC-1973	30.juin.80 29
Morocco	Financial Intermediary Loan			29.juin.72	30.juin.79 15
Morocco	Financial Intermediary Loan			11-AUG-1970	31.mars.76 10
Morocco	Financial Intermediary Loan			13.janv.70	30.juin.73 15
Morocco	Financial Intermediary Loan			29.oct.68	01.juil.72 15
Morocco	Financial Intermediary Loan			13-MAY-1966	30.juin.70 17.5
Morocco	Financial Intermediary Loan			22.janv.81	31-DEC-1987 100
	Sector	Investment	and		
Jordan	Maintenance Loan			08.juin.76	31.mars.83 6
Jordan	Financial Intermediary Loan			17.juin.76	30.juin.81 4
Egypt, Arab Republic of	Specific Investment Loan			18-MAY-1993	31-DEC-2003 804.9
Egypt, Arab Republic of	Financial Intermediary Loan			22-DEC-1981	31-DEC-1988 120
	Sector	Investment	and		
Egypt, Arab Republic of	Maintenance Loan			17-MAY-1979	31-DEC-1989 32.5
Egypt, Arab Republic of	Specific Investment Loan			23.nov.92	30.juin.02 5.7
	Sector	Investment	and		
Jordan	Maintenance Loan			22-MAY-1973	30.juin.78 8.7
Vietnam	Specific Investment Loan			30.oct.97	30.juin.06 32.3
Tonga	Financial Intermediary Loan			04.janv.90	31-DEC-1995 15.3
Thailand	Financial Intermediary Loan			14.sept.76	30.juin.82 25
Malaysia	Specific Investment Loan			16-DEC-1986	31-DEC-1991 65
Philippines	Financial Intermediary Loan			16-DEC-1975	30.sept.81 75
Philippines	Financial Intermediary Loan			05.nov.74	30.juin.81 30

Korea, Republic of	Specific Investment Loan	13.mars.84	30.juin.90	60
Korea, Republic of	Financial Intermediary Loan	14.juin.77	31-DEC-1981	70
	Sector Investment and			
Korea, Republic of	Maintenance Loan	11-DEC-1973	31-DEC-1980	25
Indonesia	Financial Intermediary Loan	31-MAY-1977	30.sept.81	40
	Sector Investment and			
Indonesia	Maintenance Loan	04.juin.74	31-DEC-1983	16
Zimbabwe	Specific Investment Loan	02.juin.98	30.sept.05	70
Zimbabwe	Specific Investment Loan	22.mars.90	30.juin.98	64.1
Congo, Democratic Republic of	Financial Intermediary Loan	28-MAY-1970	30-APR-1975	5
Uganda	Specific Investment Loan	09.juil.98	31-DEC-2002	12.4
Zambia	Financial Intermediary Loan	10-FEB-1976	31.mars.82	15
Tanzania	Financial Intermediary Loan	24.juil.79	30.juin.86	25
	Sector Investment and			
Tanzania	Maintenance Loan	12-DEC-1978	30.juin.85	14
Tanzania	Financial Intermediary Loan	28.juin.79	31-DEC-1984	11
Tanzania	Financial Intermediary Loan	06-DEC-1977	30.juin.83	15
Tanzania	Financial Intermediary Loan	28.oct.75	31-DEC-1981	15
Swaziland	Financial Intermediary Loan	21-APR-1977	15.janv.82	5
Senegal	Financial Intermediary Loan	21-APR-1981	30.juin.88	9
Senegal	Specific Investment Loan	13.mars.79	31-DEC-1983	7
	Sector Investment and			
Senegal	Maintenance Loan	26-APR-1977	30.juin.87	13.6
Senegal	Financial Intermediary Loan	21.sept.76	31-DEC-1982	4.2
Senegal	Financial Intermediary Loan	21-MAY-1974	31-DEC-1980	3
Rwanda	Financial Intermediary Loan	15.juil.76	31-DEC-1981	4
Liberia	Financial Intermediary Loan	07.sept.76	31-DEC-1984	7
Botswana	Financial Intermediary Loan	25.juin.74	31-DEC-1983	4
Cape Verde	Specific Investment Loan	21-MAY-1996	30.juin.01	12.7
	Sector Investment and			
Gambia, The	Maintenance Loan	30-DEC-1975	30.juin.82	4
	Sector Investment and			
Kenya	Maintenance Loan	01.juil.76	30.juin.85	17

Kenya	Financial Intermediary Loan	08.juil.75	30.juin.80	10
Cote d'Ivoire	Financial Intermediary Loan	15-MAY-1979	31-DEC-1988	14.2
	Sector Investment and			
Cote d'Ivoire	Maintenance Loan	27-MAY-1975	30.sept.82	9.7
Kenya	Specific Investment Loan	11-FEB-1992	30.juin.99	60.5
Kenya	Specific Investment Loan	N/A	N/A	0
Mauritius	Financial Intermediary Loan	31.mars.88	31-DEC-1995	10
Mauritius	Financial Intermediary Loan	27-DEC-1979	31-DEC-1986	6
Mauritius	Financial Intermediary Loan	12.juil.77	31-DEC-1982	7.5
Mauritius	Financial Intermediary Loan	21.oct.75	31-DEC-1981	7.5
Mauritius	Financial Intermediary Loan	16-APR-1974	31-DEC-1978	5
Mauritius	Financial Intermediary Loan	20.juin.72	30.juin.76	3.5
Malawi	Financial Intermediary Loan	19-DEC-1985	30.juin.93	7.8

## **Annexe 2 : la Charte du tourisme culturel – ICOMOS, 1976**

### **Charter of Cultural Tourism**

ICOMOS aims to encourage the safeguard and to ensure the conservation and promotion of monuments and sites - that privileged part of the human heritage.

In this capacity, it feels directly concerned by the effects - both positive and negative - on said heritage due to the extremely strong development of tourist activities in the world.

ICOMOS is conscious that today - even less than theretofore the isolated effort of any body, however powerful be it in its own sphere, cannot validly influence the course of events. This is why it has attempted to participate in joint reflection with the large world and regional organizations which in one capacity or another share in its preoccupations and which are likely to contribute to the implementation of a universal, coherent and efficacious effort.

The Representatives of these bodies, met in Brussels, Belgium, on 8 and 9 November 1976 at the International Seminar on Contemporary Tourism and Humanism have agreed the following:

#### **BASIC POSITION**

1. Tourism is an irreversible social, human, economic and cultural fact. Its influence in the sphere of monuments and sites is particularly important and can but increase because of the known conditions of that activity's development.

2. Looked at in the perspective of the next twenty-five years, in the context of the phenomena of expansion which may have heavy consequences and which confront the human race, tourism appears to be one of the phenomena likely to exert a most significant influence on Man's environment in general and on monuments and sites in particular. In order to remain bearable this influence must be carefully studied, and at all levels be the object of a concerted and effective policy. Without claiming to meet this need in all its aspects, the present approach which is limited to cultural tourism constitutes, it is believed, a positive element in the global solution which is required.

3. Cultural tourism is that form of tourism whose object is, among other aims, the discovery of monuments and sites. It exerts on these last a very positive effect insofar as it contributes - to satisfy its own ends - to their maintenance and protection. This form of tourism justifies in fact the efforts which said maintenance and protection demand of the human community because of the socio-cultural and economic benefits which they bestow on all the populations concerned.

4. Whatever, however, may be its motivations and the ensuing benefits, cultural tourism cannot be considered separately from the negative, despoiling or destructive effects which the massive and uncontrolled use of monuments and sites entails. The respect of the latter, just like the elementary wish to maintain them in a state fit to allow them to play their role as elements of touristic attraction and of cultural education, implies the definition and implementation of acceptable standards.

In any case, with the future in mind, it is the respect of the world, cultural and natural heritage which must take precedence over any other considerations however justified these may be from a social, political or economic point of view.

Such respect cannot be ensured solely by policies regarding the siting of equipment and of guidance of the tourist movements based on the limitations of use and of density which may not be disregarded without impunity.

Additionally one must condemn any siting of tourist equipment or services in contradiction with the prime preoccupation due to the respect we owe to the existing cultural heritage.

#### BASIS FOR ACTION

Resting on the foregoing,

- the bodies representing tourism, on the one hand, and the protection of the natural and monumental heritage, on the other, deeply convinced that the protection and promotion of the natural and cultural heritage for the benefit of the many cannot be ensured unless it be in an orderly fashion, i.e. by integrating cultural assets into the social and economic objectives which are part of planning of the resources of the states, regions and local communities,
- acknowledge with the greatest interest the measures which each of them states he is prepared to take in his own sphere of influence as expressed in the appendices to the present Declaration,
- appeal to the will of the states to ensure the fast and energetic implementation of the International [Convention for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage](#) adopted on 16 November 1972, and of the [Nairobi Recommendation](#).
- trust that the World Tourist Organization, fulfilling its aims, and Unesco in the framework of the Convention mentioned above, shall exert all efforts in cooperation with the signatory bodies and all others who in future may rally to ensure the implementation of the policy which the signatory bodies have defined as the only one able to protect Mankind against the effects of tourism's anarchical growth which would result in the denial of its own objectives.

They express the wish that the states by the means of their administrative structures, of tourist operators' organizations, and users' associations, shall adopt all appropriate measures to facilitate the information and training of persons travelling for tourist purposes inside and out of their country of origin.

Conscious of the acute need which obtains now to change the attitude of the public at large towards the phenomena resulting from the massive development of touristic needs, they express the wish that from school age onwards children and adolescents be educated to understand and respect the monuments, the sites and the cultural heritage and that all written, spoken or visual information media should express to the public the elements of the problem thereby efficaciously contributing to effective universal understanding.

Unanimous in their concern for the protection of the cultural patrimony which is the very basis of international tourism, they undertake to help in the fight initiated on all fronts against the destruction of said heritage by all known sources of pollution; and they appeal to the architects and scientific experts of the whole world so that the most advanced resources of modern technology be used for the protection of monuments.

They recommend that the specialists who shall be called upon to conceive and implement the touristic use of the cultural and the natural heritage should receive training adapted to the multi-faceted nature of the problem, and should be associated from the outset in the programming and performance of the development and tourist equipment plans.

They solemnly declare that their action is to respect and protect the authenticity and diversity of the cultural values in developing regions and countries as in industrialized nations since the fate of Mankind's cultural heritage is of the very same nature everywhere in the face of tourism's likely expansion.



Source : [http://www.icomos.org/tourism/tourism\\_charter.html](http://www.icomos.org/tourism/tourism_charter.html), accessed 26/10/2010

## **Version 8 de 1999 :**

### **ICOMOS . Charte révisée du Tourisme Culturel**

#### **Version 8**

##### **Principes généraux de la charte**

Au sens le plus large, le patrimoine naturel et culturel appartient à tous les hommes. Nous avons chacun un droit et une responsabilité de compréhension, d'appréciation et de conservation de ces valeurs universelles.

Le patrimoine est un concept vaste qui réunit aussi bien l'environnement naturel que culturel. Il englobe les notions de paysage, d'ensembles historiques, de sites naturels et bâtis aussi bien que les notions de biodiversité, de collections, de pratiques culturelles traditionnelles ou présentes, de connaissance et d'expérimentation. Il rappelle et exprime le long cheminement du développement historique qui constitue l'essence des diverses identités nationales, régionales, indigène et locales, et fait partie intégrante de la vie moderne. C'est un point de référence dynamique et un instrument positif du développement et des échanges. Le patrimoine particulier et la mémoire collective de chaque lieu et de chaque communauté sont irremplaçables et représentent une base essentielle du développement, à la fois maintenant et pour l'avenir.

En cette période de globalisation croissante, la protection, la conservation, l'interprétation et la présentation du patrimoine et de la diversité culturelle de chaque lieu ou région, sont un enjeu important pour tous et partout. Cependant, la gestion de ce patrimoine, dans le cadre de recommandations internationales reconnues et appropriées, relève habituellement de la responsabilité des communautés d'accueil.

Un premier objectif pour la gestion du patrimoine consiste à faire connaître sa signification et les justifications de sa conservation aussi bien aux communautés d'accueil qu'aux visiteurs. Une gestion matérielle raisonnable et une approche intellectuelle et/ou émotionnelle du patrimoine et du développement culturel sont à la fois un droit et un privilège. Cette gestion doit être porteuse de respect pour les valeurs patrimoniales, pour les populations indigènes qui les perpétuent, pour les paysages et les cultures qui les ont produites, pour les intérêts et les droits actuels des communautés d'accueil, et pour les propriétaires d'ensembles historiques.

##### **Les interactions dynamiques entre patrimoine culturel et tourisme**

Le tourisme national et international a été et demeure un des principaux véhicules d'échanges culturels, une occasion d'expériences professionnelles non seulement de ce qui a survécu du passé mais aussi de la vie actuelle d'autres groupes humains. Il est de plus en plus largement reconnu comme une force positive qui favorise la conservation du patrimoine naturel et culturel. Le tourisme peut saisir les caractéristiques économiques du patrimoine et les utiliser pour sa conservation en créant des ressources, en développant l'éducation et en infléchissant la politique. Il représente un enjeu économique essentiel pour de nombreux pays et de nombreuses régions, et peut être un facteur important de développement, lorsqu'il est géré avec succès.

Le tourisme est devenu un phénomène complexe en plein développement. Il joue un rôle essentiel dans les domaines économiques, sociaux, culturels, éducatifs, scientifiques, écologiques et esthétiques. Parvenir à dépasser pour les valoriser les conflits qui peuvent exister entre les

attentes et les aspirations des visiteurs et celles des communautés d'accueil, constitue à la fois un enjeu et une opportunité.

Le patrimoine naturel et culturel, comme la diversité des cultures vivantes sont des attractions touristiques majeures. Un tourisme excessif peut de la même façon qu'un tourisme inexistant ou mal géré nuire à l'intégrité physique et à la signification du patrimoine. La fréquentation touristique peut également conduire à la dégradation des espaces naturels ainsi que des cultures et des modes de vie des communautés d'accueil.

Le tourisme est porteur d'avantages pour les communautés d'accueil et leur procure des moyens importants et des justifications pour prendre en charge et maintenir leur patrimoine et leurs pratiques culturelles. La participation et la coopération entre les communautés d'accueil représentatives, les conservateurs, les opérateurs touristiques, les propriétaires privés, les responsables politiques, les concepteurs et les gestionnaires des programmes de planification, et les gestionnaires de sites sont nécessaires pour mettre en oeuvre une industrie touristique durable et favoriser la protection des ressources patrimoniales pour les générations futures.

ICOMOS, Conseil International des Monuments et des Sites, en tant qu'auteur de cette Charte, ainsi que les autres organisations internationales et les industries du tourisme, sont prêts à relever ce défi.

Objectifs de la charte

Les objectifs de la charte du tourisme culturel sont :

Encourager et faciliter le travail de ceux qui participent à la conservation et à la gestion du patrimoine afin de le rendre plus accessible aux communautés d'accueil et aux visiteurs.

Encourager et faciliter le travail de l'industrie touristique pour promouvoir et gérer le tourisme dans le respect et la mise en valeur du patrimoine et des cultures vivantes des communautés d'accueil.

Encourager et faciliter le dialogue entre les responsables du patrimoine et ceux des industries du tourisme afin de mieux faire comprendre l'importance et la fragilité des ensembles patrimoniaux, des collections, des cultures vivantes dans le souci de les sauvegarder à long terme.

Encourager ceux qui proposent des programmes et des politiques afin de développer des projets précis et mesurables, et des stratégies qui touchent à la présentation et l'interprétation des ensembles patrimoniaux et des activités culturelles dans le contexte de leur protection et de leur conservation.

En outre,

La Charte encourage l'ensemble des initiatives de l'ICOMOS, des autres organisations internationales et des industries touristiques qui visent à améliorer les conditions de gestion et de conservation du patrimoine.

La Charte encourage les contributions de tous les responsables agissant dans les domaines du patrimoine et du tourisme et qui permettront d'atteindre ces objectifs.

La Charte encourage la réalisation de guides détaillés par les parties intéressées. Ces guides faciliteront l'application concrète des principes établis par la Charte dans le cadre d'interventions particulières et à la demande d'organisations et de communautés d'accueil spécifiques.

Principes de la Charte du Tourisme Culturel

### **Principe 1**

**Le tourisme national et international est l'un des principaux véhicules des échanges culturels. La protection du patrimoine doit offrir des opportunités sérieuses et bien gérées**

**aux membres des communautés d'accueil et aux visiteurs pour expérimenter et comprendre le patrimoine et la culture des différentes communautés.**

1-1

Le patrimoine culturel est une ressource à la fois matérielle et spirituelle. Il témoigne d'un développement historique. Il a un rôle important dans la vie contemporaine et doit être accessible physiquement, intellectuellement et émotionnellement au grand public. Les programmes de protection et de conservation des éléments physiques, des aspects intangibles et des expressions de la culture contemporaine prises dans leur sens le plus large, doivent faciliter la compréhension et la prise en considération de la signification du patrimoine par les communautés d'accueil et les visiteurs, d'une manière équitable et adaptée aux moyens dont ils disposent.

1-2

Les caractéristiques particulières du patrimoine naturel et culturel ont des niveaux de signification différents, certaines sont investies d'une valeur universelle, d'autres d'une valeur nationale, régionale ou locale. Les programmes d'interprétation doivent présenter ces différents niveaux de signification de manière pertinente et accessible aux communautés d'accueil et aux visiteurs, en utilisant des moyens pédagogiques actuels stimulants, média, technologie, explications personnalisées des aspects historiques, environnementaux et culturels.

1-3

Les programmes d'interprétation doivent faciliter et encourager une prise de conscience profonde par le public, prise de conscience qui constitue une base essentielle pour assurer la préservation dans le temps du patrimoine naturel et culturel.

1-4

Les programmes d'interprétation doivent présenter la signification des ensembles patrimoniaux, des traditions et des pratiques culturelles dans le cadre des expériences passées et de la diversité présente des territoires et des communautés, sans négliger les minorités culturelles et linguistiques. Le visiteur doit aussi être informé des différentes valeurs culturelles qui caractérisent tel ou tel type de patrimoine.

## **Principe 2**

**La relation entre le patrimoine et le tourisme est dynamique et doit dépasser les conflits de valeurs. Elle doit être gérée de manière durable au profit des générations actuelles et futures.**

2-1

La signification des ensembles patrimoniaux constitue une valeur pour tous les peuples et une base importante de la diversité culturelle et du développement social. La protection et la conservation à long terme des cultures vivantes, des ensembles patrimoniaux et des collections, ainsi que leur intégrité physique et écologique dans leur contexte environnemental, doivent être une composante essentielle des politiques de développement social, économique, législatif, culturel et touristique.

2-2

**L'interaction entre les ressources patrimoniales et le tourisme est dynamique et en constante évolution, générant à la fois des opportunités, des défis et des potentialités de conflits. Les projets, activités et développements touristiques doivent parvenir à des résultats positifs et limiter les impacts négatifs qui pourraient nuire au patrimoine et aux modes de vie des communautés d'accueil, tout en répondant au mieux aux besoins et aux aspirations des visiteurs.**

2-3

Les programmes de protection, d'interprétation et de développement touristique doivent être basés sur une approche compréhensible des aspects particuliers, souvent complexes et conflictuels, de la signification des différents patrimoines. La poursuite régulière d'activités de recherche est importante car elle permet d'approfondir la compréhension et l'appréciation de la signification de ces différents témoignages patrimoniaux.

2-4

La préservation de l'authenticité des ensembles patrimoniaux et des collections est importante. C'est une condition essentielle de leur signification culturelle qui s'exprime dans les matériaux, la mémoire collective et les traditions qui nous viennent du passé. Les programmes doivent présenter et interpréter l'authenticité des ensembles patrimoniaux de manière à favoriser la compréhension et l'appréciation de ce patrimoine culturel.

2-5

Les projets de développement touristique et d'infrastructures doivent prendre en compte les dimensions esthétiques, sociales et culturelles, les paysages naturels et culturels, les caractéristiques de la biodiversité ainsi que l'environnement visuel le plus large des ensembles patrimoniaux. On doit donner la préférence aux matériaux locaux et prendre en compte les caractéristiques de l'architecture locale et les particularités des constructions vernaculaires.

2-6

La promotion et le développement touristique des ensembles patrimoniaux doivent être précédés par la mise en place de plans de gestion qui prennent en compte la valeur naturelle et culturelle de la ressource patrimoniale. Ils doivent établir les limites acceptables des modifications susceptibles d'être apportées à ces ensembles, en tenant compte en particulier de l'impact de la fréquentation touristique sur les caractéristiques physiques, l'intégrité, l'écologie et la biodiversité des espaces, les accès, les systèmes de transport, et le bien être social, économique et culturel des communautés d'accueil. Si le niveau des modifications proposées est inacceptable, le projet de développement doit être modifié.

2-7

Des programmes d'évaluation doivent permettre d'estimer les impacts progressifs des activités touristiques et du développement dans des espaces spécifiques ou des communautés particulières.

### **Principe 3**

**Les opérations de mise en valeur des ensembles patrimoniaux doivent assurer aux visiteurs une expérience enrichissante et agréable.**

3-1

Les programmes de protection et de tourisme doivent présenter une information de haute qualité de manière à favoriser la compréhension par le visiteur de la signification des caractéristiques du patrimoine et de la nécessité de le protéger. Ces programmes doivent aussi contribuer, de manière appropriée, à mettre le visiteur en situation de profiter au mieux de sa visite.

3-2

Le visiteur doit pouvoir visiter les ensembles patrimoniaux comme il le souhaite, si c'est son propre choix. Un circuit de circulation spécifique peut être nécessaire pour réduire les impacts de ce type de visite sur l'intégrité, et les caractéristiques physiques, naturelles et culturelles des sites.

3-3

Le respect du caractère sacré des sites, des pratiques et des traditions de nature spirituelle doit être pris en considération de façon prioritaire par les gestionnaires de sites, les visiteurs, les hommes politiques, les planificateurs et les opérateurs touristiques. Les visiteurs doivent être

encouragés à se comporter en invités bienvenus, respectueux des valeurs et des styles de vie des communautés d'accueil, en rejetant les vols et le commerce illicite des biens culturels et en se comportant de manière à favoriser le maintien d'un accueil favorable pour les visiteurs à venir.

3-4

La planification des activités touristiques doit offrir aux visiteurs les meilleures conditions de confort, de sécurité et de bien-être de manière à renforcer le plaisir de la visite mais sans que cela ne nuise à la signification et aux caractéristiques écologiques du patrimoine.

#### **Principe 4**

**Les communautés d'accueil et les populations locales doivent participer aux programmes de mise en valeur touristique des sites patrimoniaux.**

4-1

Les droits et les intérêts des communautés d'accueil tant au niveau régional que local, les propriétaires privés et les peuples indigènes qui exercent des droits traditionnels et des responsabilités sur leurs propres territoires et sur les sites chargés pour eux d'une signification particulière, doivent être respectés. Ils doivent participer à l'élaboration et à la mise en oeuvre des projets de mise en valeur du patrimoine en définissant les enjeux, les stratégies, les politiques et les procédures permettant d'identifier, de conserver, de gérer, de présenter et d'interpréter leurs ressources patrimoniales ainsi que leurs pratiques culturelles traditionnelles et actuelles, et ceci dans un contexte touristique.

4-2

Bien que le patrimoine culturel revête une signification universelle, on doit respecter le souhait des communautés d'accueil ou des populations locales de restreindre ou de gérer directement l'accès physique, spirituel ou intellectuel à certaines pratiques culturelles, connaissances et croyances, mais aussi à certains objets ou à certains sites.

#### **Principe 5**

**Les activités de tourisme et de protection du patrimoine doivent bénéficier aux communautés d'accueil.**

5-1

Les politiques de conservation et de développement touristique doivent promouvoir des mesures qui favorisent une répartition équilibrée des bénéfices du tourisme entre les pays et les régions, accroître les niveaux de développement socio-économique et contribuer à soulager la pauvreté.

5-2

La gestion du patrimoine et le tourisme doivent produire des bénéfices économiques, sociaux et culturels, équitablement répartis entre les hommes et les femmes des communautés d'accueil, à tous les niveaux, à travers l'éducation, la formation et la création d'opportunités d'emplois à plein temps.

5-3

Une partie significative des revenus provenant de l'exploitation touristique du patrimoine doit être affectée à la protection, la conservation et la présentation des sites patrimoniaux, et ceci dans leur contexte naturel et culturel. Autant que possible, les visiteurs doivent être informés de l'existence de cette procédure financière.

5-4

Les programmes de développement touristique du patrimoine doivent encourager la formation et l'emploi de guides et d'interprètes de sites issus des communautés d'accueil afin de favoriser les savoir-faire des populations locales pour présenter et interpréter leurs valeurs culturelles propres.

5-5

Les programmes d'éducation et d'interprétation du patrimoine culturel mis en oeuvre au sein des communautés d'accueil doivent encourager le développement des qualifications d'interprètes de sites. Ces programmes doivent promouvoir la connaissance et le respect de leur patrimoine par les populations locales et les encourager à s'intéresser directement à leur prise en charge et leur conservation.

5-6

Les programmes de gestion concernant le développement touristique des sites patrimoniaux doivent faire une place importante à l'éducation et à la formation des hommes politiques, des planificateurs, des chercheurs, des designers, des architectes, des interprètes du patrimoine, des conservateurs et des responsables de l'industrie touristique. Les partenaires doivent être encouragés à comprendre les problèmes que peuvent rencontrer leurs collègues et à les aider afin d'y trouver des solutions.

## **Principe 6**

**Les programmes de promotion touristique doivent protéger et valoriser les caractéristiques du patrimoine naturel et culturel.**

6-1

Les programmes de promotion touristique doivent susciter des attentes réalistes et informer de façon responsable les visiteurs potentiels sur les caractéristiques patrimoniales spécifiques des sites et des communautés d'accueil, et par ces moyens les encourager à se comporter de manière appropriée.

6-2

Les ensembles patrimoniaux et les collections doivent être promus et gérés de manière à protéger leur authenticité et à favoriser les meilleures conditions de visites en limitant les fluctuations incontrôlées des arrivées et en évitant les phénomènes de sur fréquentation dans un même lieu au même moment.

6-3

Les programmes de promotion touristique doivent favoriser une large redistribution des bénéfices et alléger la pression qui pèse sur les sites les plus populaires. Ils doivent encourager les visiteurs à expérimenter de la manière la plus large les différents éléments du patrimoine naturel et culturel d'une région ou d'une localité.

6-4

La promotion, la distribution et la vente de produits d'artisanat local et d'autres produits doivent favoriser une redistribution raisonnable des profits économiques et sociaux qu'ils produisent au bénéfice des communautés d'accueil, tout en s'assurant que leur intégrité culturelle n'est pas dégradée.